

## PENERJEMAHAN: SEBUAH CARA UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PARIWISATA INDONESIA

**Raden Arief Nugroho<sup>1</sup>, Syaiful Ade Septemuryantoro<sup>1</sup>, Andi Hallang Lewa<sup>1</sup>**  
*Program Studi Manajemen Perhotelan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Dian Nuswantoro<sup>1</sup>*  
*Jl. Imam Bonjol 207 Semarang*  
*(024) 3560582*  
*E-mail: hospitality@fib.dinus.ac.id*

### ABSTRAK

*Penerjemahan merupakan sebuah aspek yang seringkali dilupakan dalam perkembangan industri pariwisata, padahal penerjemahan memegang peranan kunci dalam peningkatan kualitas pariwisata sebuah negara. Tingkat kepuasan akan ketersediaan informasi bagi wisatawan asing dapat terdongkrak dengan adanya media promosi pariwisata bilingual yang berkualitas. Untuk menghasilkan terjemahan media promosi bilingual yang berkualitas, penulis mengajukan beberapa teori penerjemahan yang relevan sebagai alat pengembangan kegiatan penerjemahan dan penilaian terjemahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menetapkan landasan teori kegiatan penerjemahan dan penilaian terjemahan yang sesuai agar dapat dikembangkan menjadi sebuah alat analisis induktif peningkatan kualitas terjemahan media promosi pariwisata bilingual. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kajian pustaka. Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan, para penulis mengidentifikasi bahwa teori strategi penerjemahan yang dikembangkan oleh Gerloff (1986), Krings (1986), Mondahl dan Jensen (1996), Séguinot (1996), dan Lörscher (2005) dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas proses penerjemahan, sedangkan teknik penerjemahan yang dikemukakan oleh Molina dan Albir (2002) dapat diaplikasikan untuk mengevaluasi terjemahan penerjemah, dan teori penilaian kualitas terjemahan milik Nababan (2004) berguna untuk menilai kualitas terjemahan. Sebagai simpulan, teori-teori tersebut bermanfaat untuk menghasilkan sebuah landasan pembentukan alat analisis induktif penerjemahan media promosi pariwisata yang dapat mendukung berkembangnya kualitas pariwisata di Indonesia.*

*Kata Kunci: Media Promosi, Penerjemahan, Pariwisata*

### 1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu ujung tombak penerimaan devisa bagi Indonesia. Pemerintah melalui program “Pesona Indonesia” atau “Wonderful Indonesia” berhasil menggaet ribuan wisatawan, baik domestik atau mancanegara, untuk berkunjung di berbagai daerah destinasi wisata di seantero Indonesia. Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan pun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Melalui data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik, penulis mengidentifikasi bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia meningkat di angka satu juta wisatawan per tahun ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Lonjakan kunjungan ini harus dibarengi dengan adanya peningkatan di sisi pengelolaan pariwisata di tiap-tiap daerah destinasi wisata agar kunjungan wisata para wisatawan mancanegara tersebut berkualitas tinggi. Berkualitasnya kunjungan wisata mereka berkorelasi dengan tingginya tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengelolaan destinasi wisata di Indonesia. Tingkat kepuasan tersebut menjadi penting karena hal tersebut akan berimbas pada kunjungan kembali para wisatawan tersebut di Indonesia (Basiya dan Rozak, 2012).

Dalam konteks pengelolaan pariwisata daerah, penulis menganggap bahwa ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, seperti daya tarik wisata, keamanan, kebersihan, transportasi, ketersediaan informasi, pelayanan, kenyamanan, dan aksesibilitas (Fajriah dan Mussadun, 2014). Penulis menilai bahwa masing-masing aspek tersebut merupakan aspek elementer yang tidak dapat terpisahkan, sebagai contoh sebuah daerah tujuan wisata dengan sistem transportasi yang baik tetap saja akan kehilangan daya tariknya apabila daerah tersebut tidak aman dari kejahatan. Dari kajian pustaka yang dilakukan penulis, aspek ketersediaan informasi yang memadai bagi wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara, merupakan salah satu aspek yang dianggap tertinggal dan kurang diperhatikan (Putra, Iriani, dan Manuputty, 2011; Ilham dan Irawan, 2013). Salah satu cara untuk mengatasi kurangnya ketersediaan informasi pariwisata bagi wisatawan mancanegara adalah dengan cara menerjemahkan informasi yang tersedia ke dalam bahasa asing. Salah satu bahasa asing yang menjadi rujukan dalam media informasi bilingual adalah bahasa Inggris. Bahasa Inggris termasuk ke dalam bahasa global (Crystal, 2003). Secara khusus, Crystal (ibid.) menjelaskan bahasa global sebagai sebuah bahasa yang keberadaannya diakui di seluruh dunia. Dalam hal ini, ia berpendapat bahwa bahasa Inggris merupakan contoh terbaik dari bahasa global yang ada di dunia ini.

Di penelitian ini, penulis menilai bahwa penerjemahan menjadi sebuah solusi untuk mengatasi minimnya ketersediaan informasi pariwisata bagi wisatawan mancanegara. Dewasa ini, sebetulnya, banyak pelaku kegiatan pariwisata telah mulai melakukan penerjemahan bahasa Indonesia ke bahasa Inggris, namun sejauh yang penulis

ketahui, sejauh ini belum ada kajian atau penelitian yang membahas tentang evaluasi terjemahan media promosi pariwisata, padahal beberapa rujukan menunjukkan bahwa kualitas terjemahan atau penggunaan bahasa Inggris di berbagai media informasi dan promosi memiliki kualitas yang rendah, sebagai contoh:



Gambar 11. Contoh Penggunaan Bahasa Inggris di Media Informasi (<https://englishcoo.com/kesalahan-poster-spanduk-bahasa-inggris/>)

Dari contoh penggunaan bahasa Inggris di Gambar 1 di atas, penulis dapat mengidentifikasi bahwa papan informasi tersebut menggunakan ekspresi bahasa Inggris yang salah. Kesalahan pertama yang terlihat adalah pemilihan kata yang salah. Kata “*mail*” seharusnya diganti dengan kata “*male*”. Kesalahan kedua adalah kesalahan ejaan. Kata “*femail*” adalah kata yang tidak dikenal dalam bahasa Inggris. Kata tersebut seharusnya diganti dengan kata “*female*”. Dari fenomena tersebut, penulis menilai bahwa ada urgensi untuk menyusun dan mengembangkan landasan teori yang bermuara pada terbentuknya alat analisis peningkatan kualitas penerjemahan dan terjemahan media promosi pariwisata.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Penerjemahan seringkali dipersepsikan sebagai sebuah kegiatan membuka kamus dan mencari arti sebuah kata dari kamus saja. Persepsi sederhana tersebut biasanya muncul dari orang awam yang tidak mengerti kompleksitas penerjemahan. Dari penggambaran kompleksitas penerjemahan yang paling dasar, Bassnett (2002) menggambarkan alur kegiatan penerjemahan di diagram berikut ini:

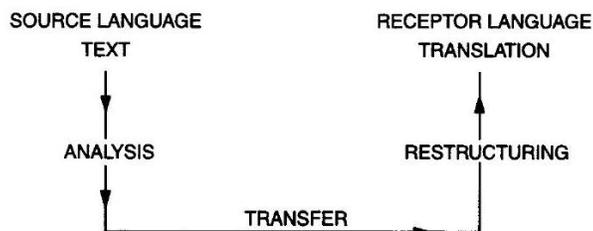


Diagram 12. Proses Penerjemahan

Dari diagram 1 di atas, penulis dapat mengidentifikasi bahwa proses menerjemahkan sebuah teks setidaknya terdiri dari tiga kegiatan, yaitu analisis, transfer, dan restrukturisasi. Ketiga kegiatan tersebut dikenal sebagai kegiatan penerjemahan ideal yang paling mendasar. Kegiatan penerjemahan seharusnya dimulai dari tahap analisis terlebih dahulu. Tahap analisis adalah tahapan di mana penerjemah mengidentifikasi dan mempelajari terlebih dahulu teks yang hendak diterjemahkan. Dalam tahap ini, penerjemah biasanya mengetahui bagian-bagian linguistik dari sebuah teks yang memiliki potensi kesulitan penerjemahan. Tahap ini biasanya direalisasikan dengan cara membaca teks sasaran (T<sub>Sa</sub>) beberapa kali sampai penerjemah mengerti pesan yang hendak disampaikan oleh teks tersebut. Tahap yang kedua adalah tahap transfer. Tahap transfer teridentifikasi dari dimulainya proses penerjemahan. Di tahap ini, penerjemah biasanya melakukan proses penerjemahan dibantu dengan alat bantu penerjemahan, seperti kamus, *machine translation*, dan *translation memory (CAT Tools)*. Kamus yang biasanya digunakan oleh penerjemah biasanya terdiri dari kamus dalam jaringan (daring) atau luar jaringan (luring). Beberapa contoh kamus daring yang terkenal adalah *Merriam-Webster Online Version* atau *Oxford Dictionary Online Version*, sedangkan kamus luring bisa terdiri dari kamus cetak atau elektronik. *Machine translation* sendiri adalah sebuah piranti yang biasanya digunakan penerjemah untuk membantu menerjemahkan sebuah teks sumber (T<sub>Su</sub>) secara instan. Jika kamus berguna untuk mencari arti sebuah kata atau frasa, *machine translation* berguna untuk menerjemahkan penggalan kalimat-kalimat dalam sebuah teks. Salah satu contoh

*machine translation* yang cukup terkenal adalah *Google Translate*. Lebih lanjut, *CAT Tools* adalah sebuah piranti penerjemahan yang berfungsi untuk menyimpan rekam jejak terjemahan penerjemah. Piranti ini berguna sekali agar terjemahan penerjemah memiliki tingkat konsistensi yang tinggi. Melalui *CAT Tools*, penerjemah tidak disibukkan dengan kegiatan mengingat-ingat terjemahan sebuah istilah yang dulu pernah ia terjemahkan. Penerjemah bahkan dapat membuat tesaurus dan glosarium sendiri dalam piranti ini. Beberapa contoh *CAT Tools* yang cukup dikenal adalah *Trados* dan *OmegaT*. Dapat disimpulkan bahwa semua alat bantu penerjemahan tersebut dapat digunakan penerjemah untuk mencapai kualitas terjemahan yang baik. Namun, patut diingat bahwa alat-alat tersebut hanyalah media bantu, pihak yang bertanggung jawab atas baik atau buruknya terjemahan adalah penerjemah itu sendiri. Selanjutnya, di tahap terakhir, penerjemah diharapkan melakukan tahap restrukturisasi. Tahap restrukturisasi adalah tahap penerjemah merevisi dan memperbaiki ulang terjemahannya. Terjemahan yang dihasilkan oleh penerjemah di tahap transfer mungkin saja masih belum sempurna dan membutuhkan perbaikan. Oleh karena itu, di tahap ini, penerjemah diharapkan untuk mengecek ulang dan menyempurnakan hasil terjemahannya. Hasil akhir dari tahap ini adalah draf terjemahan final.

Dalam kaitannya dengan pariwisata, peran krusial penerjemahan telah didokumentasikan oleh beberapa peneliti bidang penerjemahan. Christiani (2008), Puspitawati, Refnaldi, Ardi (2013), dan Indiarti (2013) merupakan para peneliti penerjemahan yang menjadikan media promosi pariwisata, khususnya pada terjemahan brosur yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah setempat. Christiani (ibid.) menganggap bahwa penerjemahan brosur dan dokumen pariwisata dari bahasa Cina ke bahasa Indonesia sudah cukup baik, namun ada beberapa terminologi khusus pariwisata yang perlu diperhatikan tingkat keakuratannya. Dalam penelitian tersebut, penulis menganggap bahwa Christiani tidak menggunakan landasan teori penerjemahan secara konkrit. Seharusnya Christiani menggunakan teori penerjemahan seperti teknik atau metode penerjemahan untuk analisis terjemahan yang lebih valid. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Puspitawati, Refnaldi, Ardi (2013) menggunakan teori penerjemahan yang dikembangkan oleh Molina dan Albir (2002). Penelitian mereka mengungkapkan fakta bahwa brosur terjemahan tersebut banyak menggunakan teknik penerjemahan literal. Penggunaan teknik penerjemahan literal tersebut membuat kualitas terjemahan brosur tersebut menjadi rendah. Penulis menganggap bahwa penelitian Puspitawati, Refnaldi, Ardi (ibid.) tidak menyertakan aspek proses penerjemahan sebagai aspek yang menentukan baik atau buruknya terjemahan, padahal kualitas sebuah terjemahan tidak bisa dilepaskan dari proses penerjemahan yang dilalui oleh penerjemah. Terakhir, penelitian yang dilakukan Indiarti (ibid.) mencoba untuk mengeksplorasi kaitan antara kualitas terjemahan dengan ideologi dan strategi penerjemahan. Penulis menganggap bahwa Indiarti juga belum menyertakan aspek proses penerjemahan sebagai penentu baik buruknya kualitas terjemahan, padahal proses dan produk penerjemahan merupakan sebuah proses timbal balik. Proses penerjemahan yang baik akan menghasilkan terjemahan yang baik pula. Dari penelitian-penelitian tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa hubungan antara proses penerjemahan dengan kualitas terjemahan yang dihasilkan belum banyak dieksplorasi oleh para peneliti. Oleh karena itu, penulis memandang perlunya menyertakan landasan teori yang mengakomodir proses penerjemahan. Penulis meyakini bahwa akomodasi ini berguna untuk menghasilkan sebuah alat analisis induktif peningkatan kualitas terjemahan media promosi pariwisata.

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kajian pustaka. Penelitian ini dimulai dari pencarian informasi-informasi pustaka yang relevan untuk disajikan di bagian pembahasan. Informasi pustaka yang bertindak sebagai data penelitian merupakan data informasi sekunder. Data informasi sekunder berarti data informasi yang didapatkan bukan merupakan hasil pengamatan atau observasi penulis. Penulis hanya menghimpun informasi dari berbagai sumber rujukan yang relevan. Langkah-langkah yang digunakan untuk menyusun penelitian ini adalah:

1. Mencari sumber pustaka yang relevan dengan permasalahan yang diteliti
2. Mengkaji sumber pustaka dengan tujuan untuk menyaring teori penerjemahan yang relevan dengan penelitian ini
3. Menyajikan sumber pustaka yang relevan
4. Memperdalam kajian pustaka dengan memberikan contoh kasus penerjemahan yang relevan
5. Menyimpulkan hasil pembahasan

### 4. PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan penelitian yang tersirat di bagian kajian pustaka, penulis dapat mengidentifikasi bahwa untuk menyusun sebuah landasan teori yang relevan untuk menyusun alat analisis induktif peningkatan kualitas terjemahan media promosi pariwisata dibutuhkan teori tentang strategi penerjemahan, teknik penerjemahan, dan penilaian kualitas terjemahan. Teori tentang strategi penerjemahan dibutuhkan karena strategi penerjemahan adalah praktik yang dilakukan penerjemah untuk mengatasi kesulitan penerjemahan. Penggunaan strategi penerjemahan ini hanya terlihat dalam proses ketika penerjemah menerjemahkan sebuah teks. Pendapat penulis tersebut diperkuat oleh Molina dan Albir (2002) yang menyatakan bahwa strategi penerjemahan terkait dengan cara yang digunakan oleh penerjemah dalam sebuah proses menerjemahkan sebuah teks. Lebih lanjut, teori tentang teknik penerjemahan digunakan untuk mengevaluasi secara linguistik hasil terjemahan yang dihasilkan

oleh penerjemah. Hasil evaluasi linguistik ini tidak bermaksud untuk menilai kualitas sebuah terjemahan, melainkan untuk melihat apakah terjemahannya sudah tepat secara linguistik atau tidak. Biasanya, melalui kajian terhadap teknik penerjemahan, peneliti penerjemahan atau para penulis akan memberikan rekomendasi terjemahan jika terjemahan dirasa kurang tepat. Setelah itu, seluruh kajian terhadap strategi dan teknik penerjemahan akan dikonfirmasi melalui penilaian kualitas terjemahan. Sebuah evaluasi proses dan produk dan penerjemahan yang baik biasanya akan berkesinambungan. Sebagai ilustrasi, strategi penerjemahan yang tepat akan menghasilkan teknik penerjemahan yang sesuai dan kualitas terjemahannya cenderung berkualitas. Hal tersebut dapat disimpulkan melalui diagram berikut ini:

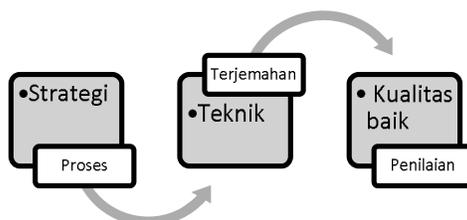


Diagram 2. Kesenambungan Evaluasi Penerjemahan dan Terjemahan

Berdasarkan proses pencarian dan pengkajian sumber pustaka yang telah dilakukan oleh penulis, maka kami dapat menyajikan teori-teori strategi penerjemahan yang relevan dalam penelitian ini. Teori yang berhasil dikaji adalah teori strategi penerjemahan Gerloff (1986), Krings (1986), Mondahl dan Jensen (1996), Séguinot (1996), dan Lörscher (2005). Sedangkan teori teknik penerjemahan yang relevan bagi penelitian ini adalah teknik penerjemahan Molina dan Albir (2002). Terakhir, teori yang tepat untuk menilai kualitas sebuah terjemahan adalah teori penilaian kualitas terjemahan Nababan (2004). Berikut adalah penjabarannya.

Strategi penerjemahan Gerloff (ibid.) terdiri dari tujuh jenis, yaitu:

Tabel 8. Strategi Penerjemahan Gerloff

No	Strategi	Definisi
1	<i>Problem identification</i>	Penerjemah mengidentifikasi kesulitan dalam menerjemahkan sebuah unit linguistik
2	<i>Linguistics analysis</i>	Penerjemah menganalisis secara linguistik unit yang akan diterjemahkan, misalnya menentukan apakah klausa dapat disederhanakan menjadi kata atau tidak
3	<i>Information search and more</i>	Penerjemah menggunakan alat bantu penerjemahan. Jika belum berhasil penerjemah meneruskan menggunakan alat bantu
4	<i>Information search and selection</i>	Penerjemah menggunakan alat bantu penerjemahan. Penerjemah menemukan solusi atas kesulitan penerjemahan
5	<i>Summary and decision making</i>	Penerjemah menyelesaikan draf terjemahan yang belum diperiksa ulang
6	<i>Text contextualization</i>	Penerjemah memeriksa ulang draf untuk menyempurnakan terjemahan
7	<i>Text control</i>	Penerjemah menyelesaikan terjemahan

Strategi penerjemahan Krings (ibid.) terdiri dari lima jenis, yaitu:

Tabel 2. Strategi Penerjemahan Krings

No	Strategi	Definisi
1	<i>Comprehension</i>	Menggunakan sumber rujukan untuk membantu penerjemah
2	<i>Equivalent Retrieval</i>	Mengingat-ingat terjemahan yang tepat
3	<i>Equivalent Monitoring</i>	Membandingkan bahasa sumber dan sasaran
4	<i>Decisions Making</i>	Memilih salah satu di antara dua solusi terjemahan. Penerjemah menentukan terjemahan yang tepat
5	<i>Reduction</i>	Mereduksi teks

Strategi penerjemahan Mondahl dan Jensen (1996) terdiri dari lima jenis, yaitu:

Tabel 3. Strategi Penerjemahan Mondahl dan Jensen

No	Strategi	Definisi
1	<i>Spontaneous association (resembles brainstorming)</i>	Melakukan proses analisis untuk memecahkan kesulitan penerjemahan. Penerjemah melakukan analisis teks saat menerjemahkan
2	<i>Reformulation (translator feels does not change the meaning of an element)</i>	Penerjemah tidak merasa mengalami kesulitan penerjemahan
3	<i>Situational search strategy (detours in order to solve problems and manipulate elements to reach an acceptable solution)</i>	Memanipulasi terjemahan dengan cara mengubah ekuivalensi TSu
4	<i>Simplification (not translating the element)</i>	Menghilangkan unsur-unsur TSu
5	<i>Selection of neutral style (avoiding the use of idiomatic expression)</i>	Tidak menggunakan unsur idiomatik yang terdapat di TSu

Strategi penerjemahan Séguinot (1996) terdiri dari empat jenis, yaitu:

Tabel 4. Strategi Penerjemahan Séguinot

No	Strategi	Definisi
1	<i>Interpersonal</i>	Melibatkan pihak luar untuk membantu memecahkan kesulitan penerjemahan
2	<i>Search</i>	Menggunakan alat bantu penerjemahan
3	<i>Inferencing</i>	Membaca ulang TSu dan TSA
4	<i>Monitoring</i>	Membandingkan TSu dan TSA

Strategi penerjemahan Lörscher (2005) terdiri dari sembilan jenis, yaitu:

Tabel 5. Strategi Penerjemahan Lörscher

No	Strategi	Definisi
1	<i>Realizing a translation problem</i>	Penerjemah menyadari adanya kesulitan penerjemahan
2	<i>Verbalizing a translation problem</i>	Penerjemah melakukan verbalisasi jika menjumpai kesulitan penerjemahan. Dalam psikologi, kegiatan seperti ini juga sering disebut dengan <i>articulatory loop</i>
3	<i>Searching a possible solution to a translation problem</i>	Mencari solusi untuk kesulitan penerjemahan yang dihadapi
4	<i>Solution to a translation problem</i>	Solusi ditemukan
5	<i>Preliminary solution to translational problem</i>	Solusi awal terhadap kesulitan penerjemahan. Penerjemah masih mencari solusi yang lebih tepat
6	<i>Parts of a solution to a translation problem</i>	Bagian dari solusi untuk mengatasi kesulitan penerjemahan. Strategi ini terlihat dari adanya satu solusi permanen dan satu solusi tentatif
7	<i>A solution to a translation problem is still to be found</i>	Solusi masih belum ditemukan
8	<i>Negative solution to a translation problem</i>	Tidak ada solusi yang sesuai
9	<i>Problem in the reception of the source language text</i>	Permasalahan linguistik terdapat di TSu

Dari paparan tentang strategi penerjemahan di atas, penulis mengidentifikasi bahwa terdapat beberapa strategi yang tumpang tindih, sebagai contoh strategi penerjemahan *information search* (Gerloff, 1986) dengan *search* (Séguinot, 1996). Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa perlu ada beberapa strategi penerjemahan yang perlu dieliminasi untuk menghindari tumpang tindih. Berikut adalah tabel yang mengompilasi strategi penerjemahan:

Tabel 6. Kompilasi Strategi Penerjemahan

<i>Lörscher</i>	<i>Krings</i>	<i>Séguinot</i>	<i>Gerloff</i>	<i>Mondahl dan Jensen</i>
<i>Realizing a translation problem<sup>1</sup> (RP)</i>		<i>Interpersonal<sup>13</sup> (IP)</i>		
<i>Verbalizing a translation problem<sup>2</sup> (VP)</i>	<i>Equivalent retrieval<sup>10</sup> (ER)</i>		<i>Linguistic analysis<sup>16</sup> (LAN)</i>	<i>Reformulation<sup>17</sup> (REF)</i>
<i>Searching a possible solution to a translation problem<sup>3</sup> (→SP)</i>	<i>Equivalent monitoring<sup>11</sup> (EM)</i>	<i>Inferencing<sup>14</sup> (IF)</i>		<i>Situational search strategy<sup>18</sup> (SIT)</i>
<i>Solution to a translation problem<sup>4</sup> (SP)</i>	<i>Decisions making<sup>12</sup> (DM)</i>	<i>Monitoring<sup>15</sup> (MN)</i>		<i>Simplification<sup>19</sup> (SIM)</i>
<i>Preliminary solution to translational problem<sup>5</sup> (PSP)</i>				<i>Selection of neutral style<sup>20</sup> (NT)</i>
<i>Parts of a solution to a translation problem<sup>6</sup> (SPa,b,..)</i>				
<i>A solution to a translation problem is still to be found<sup>7</sup> (SPØ)</i>				
<i>Negative solution to a translation problem<sup>8</sup> (SP= Ø)</i>				
<i>Problem in the reception of the source language text<sup>9</sup> (PSL)</i>				

Dari kompilasi kelima strategi penerjemahan di atas penulis menilai bahwa dua puluh strategi strategi tersebut dapat diaplikasikan oleh penerjemah dalam sebuah proses penerjemahan. Sebagai ilustrasi, penerjemah seharusnya menyadari adanya kesulitan penerjemahan ketika ia melakukan proses penerjemahan karena dengan menyadari adanya kesulitan penerjemahan maka seorang penerjemah akan lebih waspada (*alarmed, cautious*) terhadap teks yang diterjemahkan. Dengan demikian, seorang penerjemah dapat “mengaktifkan” strategi penerjemahan yang lain secara tepat, misalnya dengan menggunakan strategi penerjemahan *information search and more*. Lebih lanjut, penulis juga berpendapat bahwa sebagian besar strategi penerjemahan mendorong penerjemah untuk terus berusaha memecahkan kesulitan penerjemahan, namun jika solusi atas kesulitan tersebut tidak kunjung ditemukan, maka bisa jadi permasalahannya ada pada TSu yang diterima penerjemah. Selain itu, penerjemah juga diperbolehkan melakukan solusi praktis atas kesulitan penerjemahan, misalnya dengan melakukan *simplification*, walaupun sebenarnya strategi itu dapat berimbas pada tidak utuhnya pesan yang hendak disampaikan oleh TSu. Sebagai simpulan, penerjemah memiliki berbagai alternatif strategi penerjemahan yang bisa digunakan, namun penerjemah harus secara bijak memilah-milah strategi yang tepat demi tercapainya kualitas terjemahan yang baik. Para penulis menggaris bawahi bahwa dua puluh strategi penerjemahan di tabel 6 di atas dapat menjadi alat analisis peningkatan kualitas terjemahan media promosi pariwisata.

Setelah mengetahui bermacam-macam strategi penerjemahan yang bisa menjadi cara penerjemah mengatasi kesulitan penerjemahan, penulis akan menyajikan tipologi teknik penerjemahan yang bisa dijadikan alat evaluasi linguistik. Berikut adalah lima belas teknik penerjemahan yang dikembangkan oleh Molina dan Albir (2002):

1. **Peminjaman.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya peminjaman, baik utuh (*pure*) atau ternaturalisasi (*naturalized*), sebagai contoh kata “*kawah*” yang tetap diterjemahkan menjadi “*kawah*” (peminjaman utuh).
2. **Kalke.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya adaptasi struktur sintaksis bahasa sumber (BSu) ke bahasa sasaran (BSa) yang disertai peminjaman unsur leksikal BSu, sebagai contoh “*reservation duplicate*” menjadi “*duplikat reservasi*”. Dari contoh tersebut, penulis dapat mengidentifikasi adanya peminjaman ternaturalisasi dengan adaptasi struktur frasa menerangkan diterangkan (MD) menjadi diterangkan menerangkan (DM).
3. **Penerjemahan harfiah.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya penerjemahan kata per kata yang strukturnya menyesuaikan BSu. Penulis berpendapat bahwa teknik ini dapat menghasilkan terjemahan yang tidak lazim, sebagai contoh “*estimate time arrival*” menjadi “*perkiraan waktu datang*”. Terjemahan

- tersebut terdengar cukup aneh, seharusnya penerjemah dapat menerjemahkan menjadi “*waktu kedatangan*”.
4. **Transposisi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya perubahan kelas dan kategori kata, misalnya dari kata menjadi frasa atau dari nomina menjadi adjektiva, sebagai contoh “*sudut kota*” menjadi “*corner*” (frasa menjadi kata).
  5. **Adaptasi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya adaptasi dari kata atau frasa yang mengandung muatan budaya, sebagai contoh “*kemben*” menjadi “*clothes*” (unsur budaya dari kata “*kemben*” menjadi netral atau hilang).
  6. **Amplifikasi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya informasi tambahan yang terdapat dalam B<sub>Sa</sub>, sebagai contoh “*Borobudur village*” menjadi “*desa wisata Borobudur*” (ada penambahan informasi “*wisata*”).
  7. **Kesepadanan lazim.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya terjemahan yang sudah benar atau tepat, sebagai contoh “*berkeliling desa*” menjadi “*touring around the village*”.
  8. **Generalisasi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya penggunaan kata yang lebih umum (*hypernym*) untuk menerjemahkan sebuah kata yang khusus (*hyponym*), sebagai contoh “*andong*” (spesifik) menjadi “*vehicle*” (umum).
  9. **Partikularisasi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya penggunaan kata yang lebih khusus (*hyponym*) untuk menerjemahkan sebuah kata yang umum (*hypernym*), sebagai contoh “*rice*” (umum) menjadi “*gabah / nasi / padi*” (spesifik).
  10. **Modulasi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya pergeseran sudut pandang antara T<sub>Su</sub> dan T<sub>Sa</sub>, sebagai contoh “*Chef cooks a spicy tofu*” (sudut pandang di “*chef*”) menjadi “*tahu pedas karya chef*” (sudut pandang di “*tahu pedas*”).
  11. **Reduksi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya penghilangan unsur linguistik T<sub>Su</sub> dalam T<sub>Sa</sub>, sebagai contoh “*sungai yang lebar dan arus unik grade 3*” menjadi “*the river is wide with grade 3 streams*” (kata “*unik*” tidak diterjemahkan).
  12. **Kompensasi.** Teknik ini teridentifikasi dari, salah satunya melalui, pergeseran-pergeseran informasi T<sub>Su</sub> di T<sub>Sa</sub> melalui pemisahan kalimat, misalnya “*sungainya lebar dan unik*” menjadi “*the river is wide. the river is also unique*” (T<sub>Sa</sub> terbagi menjadi dua kalimat).
  13. **Deskripsi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya penambahan deskripsi di T<sub>Sa</sub>, sebagai contoh “*batik*” menjadi “*batik, an art of textile made by wax-resist-dyeing technique*”.
  14. **Kreasi diskursif.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya penggunaan terjemahan yang keluar dari konteksnya, misalnya “*giant crater*” menjadi “*gunung berapi*” (terjemahannya tidak merepresentasikan pesan T<sub>Su</sub>).
  15. **Variasi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya variasi linguistik, seperti penggunaan dialek atau perubahan bunyi (biasanya dalam *interpreting*), sebagai contoh “*thank you very much*” menjadi “*matur sembah nuwun*” (dialek Jawa).

Penulis mengidentifikasi bahwa lima belas teknik tersebut dapat digunakan untuk memberikan evaluasi linguistik dari terjemahan yang dihasilkan oleh penerjemah. Tiap-tiap kalimat di terjemahan harus dianalisis teknik penerjemahannya. Dari analisis teknik penerjemahan tiap-tiap kalimat, peneliti penerjemahan atau penulis dapat mengidentifikasi teknik penerjemahan mana yang tepat dan yang tidak. Dari hasil identifikasi teknik penerjemahan yang tidak tepat, peneliti penerjemahan atau penulis dapat memberikan rekomendasi terjemahan yang lebih sesuai.

Terakhir, untuk melengkapi alat analisis induktif peningkatan kualitas terjemahan media promosi pariwisata, penulis menggunakan parameter penilaian kualitas terjemahan yang dikembangkan oleh Nababan (2004). Penilaian tersebut berguna untuk menilai kualitas dari strategi dan teknik penerjemahan yang dijalankan dan digunakan penerjemah. Dengan kata lain, penilaian ini juga menjadi cerminan atau refleksi baik buruknya proses penerjemahan yang dijalani penerjemah. Penilaian kualitas terjemahan itu sendiri terbagi atas tiga aspek, yaitu keakuratan, keberterimaan, dan keterbacaan. Aspek keakuratan dinilai dari akurat atau tidaknya pesan atau makna yang disampaikan di terjemahannya. Semakin lengkap dan tepat pesan yang disampaikan T<sub>Sa</sub>, maka semakin akurat hasil terjemahannya. Aspek keberterimaan sendiri terkait dengan aspek kultur, norma, dan kaidah yang berlaku di B<sub>Sa</sub>. Jika penerjemah menghendaki sebuah terjemahan yang berterima, maka terjemahan harus sesuai dengan kultur, norma, dan kaidah yang berlaku di B<sub>Sa</sub>. Terakhir, aspek keterbacaan mengacu pada pemahaman pembaca terhadap pesan yang disampaikan T<sub>Sa</sub>. Semakin mudah pembaca memahami pesan dan makna yang terkandung di T<sub>Sa</sub>, maka semakin terbaca hasil terjemahannya. Berikut adalah tabel-tabel yang mengilustrasikan penilaian masing-masing aspek.

Tabel 7. Instrumen Pengukur Tingkat Keakuratan Terjemahan

Skala	Definisi	Simpulan
3	Makna kata, frasa, klausa, dan kalimat dalam bahasa sumber dialihkan secara akurat ke dalam bahasa sasaran; sama sekali tidak terjadi distorsi makna	Akurat

2	Sebagian besar makna kata, frasa, klausa, dan kalimat dalam bahasa sumber sudah dialihkan secara akurat ke dalam bahasa sasaran. Namun masih terjadi distorsi makna atau terjemahan makna ganda (taksa) atau ada makna yang dihilangkan, yang mengganggu keutuhan pesan	Kurang akurat
1	Makna kata, frasa, klausa, dan kalimat dalam bahasa sumber dialihkan secara tidak akurat ke dalam bahasa sasaran atau dihilangkan ( <i>deleted</i> )	Tidak akurat

Tabel 8. Instrumen Pengukur Tingkat Keberterimaan Terjemahan

<i>Skala</i>	<i>Definisi</i>	<i>Simpulan</i>
3	Terjemahan terasa natural; istilah khusus yang digunakan lazim digunakan di bidang-bidang yang menggunakan istilah khusus tersebut dan akrab bagi pembaca; kata, frasa, klausa, dan kalimat yang digunakan dalam terjemahan sesuai dengan kaidah-kaidah bahasa Indonesia	Berterima
2	Pada umumnya terjemahan sudah natural; namun terdapat sedikit masalah pada penggunaan istilah-istilah khusus atau terjadi kesalahan gramatikal	Kurang berterima
1	Terjemahan tidak natural atau terasa seperti karya terjemahan; istilah khusus yang digunakan tidak lazim	Tidak berterima

Tabel 9. Instrumen Pengukur Tingkat Keterbacaan Terjemahan

<i>Skala</i>	<i>Definisi</i>	<i>Simpulan</i>
3	Kata, frasa, klausa, dan kalimat terjemahan dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca	Keterbacaan tinggi
2	Pada umumnya terjemahan dapat dipahami oleh pembaca; namun ada bagian tertentu yang harus dibaca lebih dari sekali untuk memahami terjemahan	Keterbacaan sedang
1	Terjemahan sulit dipahami oleh pembaca	Keterbacaan rendah

Para penulis berpendapat bahwa terjemahan final seorang penerjemah harus dievaluasi dengan menggunakan instrumen pengukur kualitas terjemahan di atas. Jika seorang penerjemah ingin mengetahui apakah bentuk, pesan, dan makna TSu bisa disampaikan secara tepat di TSa, maka terjemahannya harus dinilai dengan menggunakan instrumen di tabel 7. Lebih lanjut, jika seorang penerjemah ingin melihat apakah terjemahannya sudah sesuai dengan norma, kultur, dan kaidah bahasa BSu, maka terjemahannya harus dievaluasi dengan menggunakan instrumen di tabel 8. Terakhir, jika seorang penerjemah ingin melihat apakah pembaca sasaran dapat dengan mudah memahami bentuk, pesan, dan makna TSa, maka terjemahannya harus dinilai dengan menggunakan instrumen di tabel 9. Sebagai penutup, jika seluruh rangkaian landasan teori penerjemahan ini diaplikasikan dengan runut, runtut, dan benar, penulis meyakini bahwa landasan tersebut dapat menjadi sebuah alat analisis induktif peningkatan kualitas terjemahan media promosi pariwisata yang dapat diaplikasikan untuk meningkatkan kualitas ketersediaan informasi pariwisata bilingual di Indonesia.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan paparan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa sebuah alat analisis induktif peningkatan kualitas terjemahan media promosi pariwisata dapat dikembangkan dengan menggunakan pendekatan penerjemahan berbasis proses dan produk. Pendekatan ini digunakan karena kualitas sebuah terjemahan tidak bisa dilepaskan dari proses penerjemahan yang dilalui oleh seorang penerjemah. Sebuah proses yang berkualitas dapat menghasilkan sebuah terjemahan yang berkualitas pula. Untuk menganalisis proses penerjemahan, penulis menggunakan teori strategi penerjemahan yang dikembangkan oleh Gerloff (1986), Krings (1986), Mondahl dan Jensen (1996), Séguinot (1996), dan Lörcher (2005). Untuk menganalisis produk penerjemahan (terjemahan), penulis menggunakan teori teknik penerjemahan yang ditulis oleh Molina dan Albir (2002) dan teori penilaian kualitas terjemahan yang dikembangkan oleh Nababan (2004). Penulis meyakini bahwa teori-teori penerjemahan tersebut dapat menjadi sebuah alat analisis penerjemahan media pariwisata. Namun, penulis menilai bahwa alat analisis tersebut masih perlu diuji secara konkret. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan peneliti atau cendekiawan bidang penerjemahan, khususnya penerjemahan bidang pariwisata, untuk menguji alat analisis ini pada media informasi pariwisata, seperti brosur, laman, poster, dan sebagainya.

## PUSTAKA

Basiya, R. dan H.A. Rozak. (2012). *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*. Jurnal Dinamika Kepariwisata 11(2). 1-12.

- Bassnett, S. (2002). *Translation Studies: 3<sup>rd</sup> Edition*. London dan New York: Routledge.
- Christiani, R.P. (2008). *Penerjemahan Dokumen dan Brosur Pariwisata Jawa Tengah dari Bahasa Cina ke Bahasa Indonesia di Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Dian Nuswantoro.
- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fajriah, S.D. dan Mussadun. (2014). *Pengembangan Sarana dan Prasarana untuk Mendukung Pariwisata Pantai yang Berkelanjutan (Studi Kasus: Kawasan Pesisir Pantai Wonokerto Kabupaten Pekalongan)*. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota* 10(2). 218-233.
- Gerloff, P. (1986). *Second Language Learners' Reports on the Interpretive Process*. Dalam J. House dan S. Blum-Kulka (peny.) *Interlingual and Intercultural Communications. Discourse and Cognition in Translation and Second Language Acquisition Studies*. Tübingen: Narr.
- <https://englishcoo.com/kesalahan-poster-spanduk-bahasa-inggris/>  
<https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1387>
- Ilham, J. dan A.H. Irawan. (2013). *Perancangan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Lumajang*. *Jurnal Sains dan Seni Pomits* 2(1). 1-4.
- Indiarti, W. (2013). *Peran Ideologi dan Strategi Penerjemahan Terhadap Kualitas Terjemahan Istilah Budaya Asing pada Publikasi Pariwisata Dwibahasa Kabupaten Banyuwangi*. Laporan Penelitian Hibah Dikti 2013.
- Krings, H.P. (1986). *Was in den Köpfen von Übersetzern Vorgeht*. Tübingen: Narr.
- Lörscher, W. (2005). *The Translation Process: Methods and Problems of Its Investigation*. Dalam *Jurnal META* 50. 597-608.
- Molina, L. dan A.H. Albir. (2002). *Translation Technique Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach*. Spanyol: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Mondahl, M. dan K.A. Jansen. (1996). *Lexical Search Strategies in Translation*. Dalam *Jurnal META* 41. 97-113.
- Nababan, M.R. (2004). *Strategi Penilaian Kualitas Terjemahan*. Dalam *Jurnal Linguistik Bahasa* 2(1). 54-65.
- Putra, C., A.Iriani, dan A.D. Manuputty. (2011). *Perancangan dan Implementasi E-Tourism pada Sistem Informasi Pariwisata Salatiga*. *Jurnal Teknologi Informasi* 8(1). 76-88.
- Puspitawati, W., Refnaldi, A. Havid. (2013). *Translation Techniques and Translation Accuracy of English Translated Text of Tourism Brochure in Tanah Datar Regency*. *E-Journal English Language and Literature* 2(1). 274-286.
- Séguinot, C. (1996). *Some Thoughts about Think Aloud Protocols*. Dalam S. Tirkkonen-Kondit (peny.) *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies*. Tübingen: Narr.