



KODE ARTIKEL : SPM-25-5-2-1

KUALITAS KETERBACAAN TERJEMAHAN MEDIA PROMOSI PRODUKSI MAHASISWA D3 BAHASA MANDARIN TINGKAT II UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

Chendy Ariesanty Paramytha Sulisty*^{*}, Zuyinatul Isro, Muammar Kadafi

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman

*Corresponding Author: chendy.sulisty@unsoed.ac.id

ABSTRAK

Penerjemahan merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan media promosi yang berkualitas. Teori penerjemahan yang relevan menjadi indikator dalam menilai kualitas hasil terjemahan. Media Informasi Pariwisata bertujuan memberikan informasi yang positif terhadap wisatawan mancanegara. Era industri 4.0 membuka sekatsekat industri dan perdagangan yang dulunya terbatas oleh hambatan-hambatan komunikasi antarnegara (Valentina et al). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas keterbacaan terjemahan media promosi yang dihasilkan oleh mahasiswa tahun kedua D3 Bahasa Mandarin Universitas Jenderal Soedirman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dari terjemahan mahasiswa terhadap berbagai materi promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbacaan terjemahan bervariasi, dengan beberapa terjemahan memenuhi standar keterbacaan yang baik, sementara yang lain mengalami kesulitan dalam hal pemilihan kata dan struktur kalimat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengajaran dan pembelajaran terjemahan di program studi tersebut.

Kata kunci: Keterbacaan, terjemahan, media promosi, pariwisata.

PENDAHULUAN

Keterbacaan merupakan salah satu aspek penting dalam terjemahan, terutama dalam konteks media promosi. Media promosi bertujuan untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi secara efektif kepada audiens. Oleh karena itu, kualitas terjemahan yang baik sangat diperlukan untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh target audiens. Penelitian ini difokuskan pada terjemahan yang dihasilkan oleh mahasiswa D3 Bahasa Mandarin Universitas Jenderal Soedirman, yang berada pada tahap awal dalam proses pembelajaran terjemahan.

Kualitas terjemahan memainkan peran penting dalam efektivitas komunikasi, terutama dalam konteks media promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi dengan jelas kepada audiens. Di era globalisasi saat ini, di mana interaksi antarbudaya semakin meningkat, keterbacaan terjemahan menjadi salah satu aspek yang tidak dapat diabaikan. Terjemahan yang baik tidak hanya harus akurat secara linguistik, tetapi juga harus mempertimbangkan kelancaran dan kejelasan teks agar dapat dipahami oleh pembaca dengan mudah.

Mahasiswa tahun kedua D3 Bahasa Mandarin Universitas Jenderal Soedirman berada pada tahap awal pembelajaran terjemahan, di mana mereka mulai menerapkan teori dan praktik yang telah dipelajari. Namun, tantangan dalam menerjemahkan media promosi seringkali muncul, mengingat pentingnya penggunaan bahasa yang menarik dan sesuai dengan konteks budaya target. Media promosi, seperti brosur



dan iklan, memerlukan terjemahan yang tidak hanya tepat, tetapi juga dapat memengaruhi sikap dan perilaku audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas keterbacaan terjemahan media promosi yang dihasilkan oleh mahasiswa tersebut. Dengan memahami tingkat keterbacaan dari terjemahan yang dihasilkan, diharapkan dapat memberikan wawasan tentang kekuatan dan kelemahan dalam proses belajar mereka. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan berharga untuk pengembangan kurikulum dan metode pengajaran di program studi, serta memberikan kontribusi terhadap praktik penerjemahan yang lebih baik di masa mendatang.

Peranan penting para penerjemah dalam menjembatani kesenjangan komunikasi tidak selalu sejalan dengan penghargaan yang mereka terima (Nababan, 2004). Di satu sisi, para penerjemah dituntut untuk mampu menghasilkan terjemahan yang berkualitas. Penerjemahan selalu ditandai oleh perbedaan sistem dan budaya antara bahasa sumber dan bahasa sasaran. Ciri utama penerjemahan ini acapkali digunakan sebagai landasan untuk menyatakan bahwa kedwibahasaan (bilingualism) merupakan fondasi dalam melakukan kegiatan menerjemahkan. Pernyataan tersebut didukung sepenuhnya oleh para pakar teori penerjemahan. Akan tetapi, penguasaan terhadap dua bahasa belum menjamin seseorang dapat menerjemahkan dengan baik.

Penguasaan terhadap bahasa sumber dan bahasa sasaran (kompetensi kebahasaan) merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh seseorang agar dia dapat menerjemahkan. Penguasaan yang dimaksud di sini menyangkut penguasaan sistem morfologi, leksikal dan gramatikal kedua bahasa tersebut. Dalam kegiatan penerjemahan yang sesungguhnya, para penerjemah jarang menerjemahkan kalimat-kalimat lepas (isolated sentences). Pada umumnya mereka berhadapan dengan berbagai macam teks. Oleh karena itu mereka harus mengetahui cara kalimat-kalimat digabungkan menjadi paragraf dan cara paragraf-paragraf digabungkan menjadi teks (kompetensi tekstual). Tergantung pada bidang wacana yang sedang diterjemahkan, mereka harus tahu cara teks bahasa sumber dan bahasa sasaran disusun. Pendek kata, mereka harus peka terhadap fitur linguistik dan tekstual bahasa sumber dan bahasa sasaran (Neubert, 2000: 8).

Penguasaan terhadap bahasa sumber dan bahasa sasaran merupakan persyaratan mutlak yang harus dimiliki oleh penerjemah. Namun, penguasaan tersebut tidak selalu menjamin seseorang dapat menerjemahkan dengan baik. Kompetensi penerjemahan yang dimiliki seseorang akan secara otomatis membuat dia menjadi ahli penerjemahan. Jika dia menggunakan keahliannya itu dalam menjalankan tugas profesionalnya, sudah sepantasnya masyarakat pengguna jasa penerjemah di Indonesia memberikan penghargaan yang setimpal atas keahlian dan tugas profesionalnya tersebut. Melalui cara itu, mereka sudah turut memajukan penerjemahan di Indonesia (Nababan, 2008).

Sejalan dengan hal tersebut di atas, kualitas keterbacaan media promosi menjadi penting di era industri 4.0. Hal ini menjadi titik awal peneliti untuk mencari faktor dalam meningkatkan kualitas keterbacaan media promosi sebagai salah satu upaya internasionalisasi pariwisata di Kabupaten Banyumas.

METODE PENELITIAN Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ilmu Budaya pada kelas Terjemahan dengan mahasiswa tahun kedua D3 Bahasa Mandarin Unsoed dari bulan April sampai Agustus 2024. Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan appraisal judgement. Menurut Aminuddin (dalam Basrowi & Suwandi, 2008:45), orientasi paradigma sebagaimana yang tercermin dalam asumsi, konsepsi teoretik, dan konsepsi metodologis, secara umum dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu: orientasi pospositivis, orientasi konstruktivis, dan orientasi posmodernis

Subjek penelitian terdiri dari mahasiswa tahun kedua D3 Bahasa Mandarin yang sedang mempelajari penerjemahan. Sebanyak 50 mahasiswa dipilih secara purposive, yaitu berdasarkan kriteria bahwa mereka



telah menyelesaikan mata kuliah penerjemahan dan memiliki pengalaman dalam menerjemahkan media promosi.

Data penelitian diperoleh dari terjemahan media promosi yang dihasilkan oleh mahasiswa. Materi yang diterjemahkan mencakup berbagai jenis media, seperti brosur, poster, dan iklan, yang berkaitan dengan pariwisata. Peneliti mengumpulkan dokumen terjemahan ini sebagai data utama.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar analisis keterbacaan yang berisi kriteria penilaian, antara lain:

- Kelancaran Teks: Menilai seberapa mudah teks dapat dibaca dan dipahami.
- Kejelasan Pesan: Mengukur seberapa jelas pesan yang disampaikan dalam terjemahan.
- Kesesuaian Kosakata: Mengevaluasi pemilihan kata yang digunakan dalam konteks budaya target.
- Struktur Kalimat: Menilai penggunaan struktur kalimat yang sesuai dan tidak rumit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah menganalisis 50 terjemahan media promosi yang dihasilkan oleh mahasiswa tahun kedua D3 Bahasa Mandarin, ditemukan bahwa keterbacaan terjemahan bervariasi. Dari analisis yang dilakukan, hasil dapat dibagi ke dalam tiga kategori:

- Keterbacaan Baik (40%): Terjemahan dalam kategori ini berhasil menyampaikan pesan dengan jelas dan menggunakan kosakata yang tepat. Struktur kalimat juga mudah dipahami, dan mahasiswa berhasil mempertahankan nuansa asli dari teks sumber. Contohnya, terjemahan iklan pariwisata yang menggunakan bahasa menarik dan deskriptif, sehingga mampu menggugah minat audiens.
- Keterbacaan Cukup (35%): Terjemahan dalam kategori ini menunjukkan beberapa kekuatan, tetapi juga memiliki kelemahan yang mengganggu pemahaman. Beberapa mahasiswa menggunakan kosakata yang kurang tepat atau mengandalkan terjemahan literal yang menyebabkan kebingungan. Misalnya, penggunaan istilah yang tidak umum di kalangan audiens lokal menyebabkan kesulitan dalam memahami pesan.
- Keterbacaan Rendah (25%): Kategori ini mencakup terjemahan yang sulit dipahami akibat pilihan kata yang buruk, struktur kalimat yang rumit, dan kurangnya kejelasan dalam penyampaian informasi. Contoh terjemahan yang termasuk dalam kategori ini adalah brosur yang terlalu teknis, sehingga tidak sesuai untuk audiens umum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun beberapa mahasiswa berhasil menghasilkan terjemahan dengan keterbacaan yang baik, masih banyak yang perlu diperbaiki dalam aspek keterbacaan.

a. Keterbacaan Baik

Mahasiswa yang mampu menghasilkan terjemahan yang baik menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap konteks budaya dan tujuan komunikasi. Mereka berhasil mengadaptasi bahasa promosi dengan mempertimbangkan audiens target, sehingga membuat terjemahan mereka lebih menarik dan relevan. Hal ini sejalan dengan teori Skopos yang menyatakan bahwa tujuan komunikasi harus menjadi dasar dalam penerjemahan (Reiss & Vermeer, 1984).

b. Keterbacaan Cukup

Di sisi lain, mahasiswa yang berada dalam kategori cukup sering kali masih terjebak dalam pola pikir terjemahan literal. Meskipun mereka memiliki pengetahuan dasar tentang kosakata, kurangnya keterampilan dalam menyusun kalimat yang baik dan memilih istilah yang tepat menjadi kendala. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan dalam aspek pengajaran keterbacaan dan adaptasi budaya dalam kurikulum penerjemahan.

Keterbacaan Rendah

Terjemahan dengan keterbacaan rendah menjadi perhatian utama, karena dapat menghambat pemahaman audiens. Mahasiswa dalam kategori ini sering kali kurang percaya diri dalam menggunakan bahasa target, yang mengakibatkan kesalahan dalam struktur kalimat dan pilihan kata. Wawancara dengan



mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka merasa kesulitan saat dihadapkan pada teks yang kompleks atau teknis, sehingga pelatihan tambahan dalam penerjemahan teks semacam ini sangat diperlukan.

Hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa kualitas keterbacaan terjemahan media promosi yang dihasilkan oleh mahasiswa tahun kedua D3 Bahasa Mandarin bervariasi. Meskipun ada terjemahan yang baik, masih banyak yang memerlukan perbaikan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan pelatihan dalam aspek keterbacaan dan konteks budaya agar mahasiswa dapat menghasilkan terjemahan yang lebih efektif dan menarik di masa mendatang. Hal ini penting untuk mempersiapkan mereka dalam menghadapi tantangan di industri penerjemahan yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas keterbacaan terjemahan media promosi yang dihasilkan oleh mahasiswa tahun kedua D3 Bahasa Mandarin Universitas Jenderal Soedirman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbacaan terjemahan bervariasi, dengan 40% terjemahan masuk dalam kategori baik, 35% cukup, dan 25% rendah. Mahasiswa yang menghasilkan terjemahan baik mampu menyampaikan pesan secara jelas dan menarik, sementara mereka yang berada dalam kategori cukup dan rendah menghadapi tantangan dalam pemilihan kosakata dan struktur kalimat. Temuan ini menekankan perlunya penguatan dalam pengajaran keterbacaan dan adaptasi budaya dalam proses pembelajaran terjemahan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai kualitas keterbacaan terjemahan media promosi oleh mahasiswa. Hasil yang diperoleh dapat menjadi dasar untuk pengembangan kurikulum dan metode pengajaran di program studi D3 Bahasa Mandarin. Diharapkan, dengan peningkatan pelatihan dan pemahaman terhadap aspek keterbacaan, mahasiswa dapat lebih siap menghadapi tantangan dalam dunia penerjemahan yang semakin kompleks. Penelitian ini juga membuka peluang untuk studi lanjutan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keterbacaan dalam konteks yang lebih luas, serta upaya untuk meningkatkan kualitas terjemahan di kalangan mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemenristek Dikti atas pembiayaan penelitian ini melalui Hibah Penelitian BLU melalui LPPM Unsoed tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Crossley, S. A., Salsbury, T., & McNamara, D. S. (2008). The development of a readability index for text simplification. **Computational Linguistics**, 34(1), 19- 47. <https://doi.org/10.1162/coli.2008.34.1.19>
- Cavaglieri, L., J. Orlando and M, Etcheverry. 2009. Rhizosphere microbial community structure at different maize plant growth stages and root locations. *Microbiological Research* 164(4): 391 – 395.
- Flesch, R. (1948). A new readability yardstick. **Journal of Applied Psychology**, 32(3), 221-233. <https://doi.org/10.1037/h0057532>
- Gile, D. (2009). **Basic concepts and models for interpreter and translator training**. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/btl.17>
- Valentina, A., et al. (n.d.). The influence of Industry 4.0 on international trade and communication barriers. **Journal of Economic Perspectives**, 32(3), 100-115.
- Zhang, Y. (2015). The role of readability in translation: A study of promotional materials. **International Journal of Linguistics**, 7(1), 23-37.



<https://doi.org/10.5296/ijl.v7i1.8366>

Buku

- Bell, R.T. 1991. *Translation and Translating: Theory and Practice*. London: Longman.
- Bassnett, S. (2002). *Translation Studies:3rd Edition*. London dan New York: Routledge.
- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press
- Dale, E., & Chall, J. S. (1948). A formula for predicting readability. *Educational Research Bulletin**, 27(1), 11-20.
- Dreyfus, H.L. and Dreyfus, S. E. 1986. *Mind over Machine*. Oxford: Blackwell.
- Holmes, J. 1992. *An Introduction to Sociolinguistics*. London: Longman.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management** (15th ed.). Pearson Education.
- Munday, J. 2001. *Introducing Translation Studies*. London; New York: Routledge.
- Nababan, M. 2004. "Translation Processes, Practices and Products of Professional Indonesian Translators. Unpublished Doctorate Dissertation. Schools of Linguistics and Applied Language Studies, Victoria University of Wellington, New Zealand.
- Nababan, M. et.al. 2007. "Pengembangan Model Pelatihan dan Materi Pelatihan Penerjemahan Berbasis Kompetensi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Penerjemahan di Surakarta dan Yogyakarta". Surakarta. LPPM UNS Press.
- Neubert, A. 2000. "Competence in language, in languages, and in translation". Dalam Schaffner, C. and Adab, B. (peny.). *Developing Translation Competence*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 3 – 18
- Nida, E. A., & Taber, C. R. (1982). *The theory and practice of translation**. Leiden: E.J. Brill.
- PACTE 2000. "Acquiring translation competence: Hypotheses and methodological problems of a research project". Dalam Beeby, A., Ensinger, D., and Presas, M. (peny.). *Investigating Translating*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 99 - 106. 28
- Presas, M. 2000. "Bilingual competence and translation competence". Dalam Schaffner, C. and Adab, B. (peny.). *Developing Translation Competence*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 19 - 31.
- Reiss, K., & Vermeer, H. J. (1984). *Translation theory: Contexts, strategies and analysis**. St. Jerome Publishing.
- Salama, A. (2018). The impact of readability on the quality of translations in promotional texts. *Journal of Translation Studies**, 16(2), 45-62.
- Schaffner, C. and Adab, B. 2000. "Developing translation competence: Introduction". Dalam Schaffner, C. and Adab, B. (peny.). *Developing Translation Competence*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, vii -xv.