

PEMANFAATAN TEORI *APPRAISAL* DI MEDIA INFORMASI PARIWISATA BILINGUAL: UPAYA UNTUK MEMBANGUN MODEL PENERJEMAHAN BERBASIS *LSF*

Valentina Widya Suryaningtyas¹, Raden Arief Nugroho², Setyo Prasiyanto Cahyono³, Mangatur Rudolf Nababan⁴, Riyadi Santosa⁵

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Dian Nuswantoro

^{4,5}Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sebelas Maret

e-mail: ¹valentina.widya@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

Media Informasi Pariwisata bertujuan memberikan informasi yang positive terhadap wisatawan mancanegara. Dalam kajian linguistik, khususnya linguistik fungsional sistemik atau LFS mampu menciptakan pandangan positif ataupun negative dari sebuah teks yang dipelajari dalam kajian teori appraisal. Teori tersebut menekankan pada posisi seorang penulis dan pembaca dalam sebuah teks. Akan tetapi, pada saat berhubungan dengan teks bilingual, pergeseran makna dapat terjadi karena dalam menerjemahkan Bahasa sumber mungkin tidak memiliki ciri – ciri appraisal yang sama seperti attitude, engagement dan graduation. Oleh karena itu, dalam pembuatan model penerjemahan berbasis LFS ini penulis membutuhkan landasan teori appraisal agar dalam proses penerjemahan seseorang mampu membuat terjemahan yang memiliki makna sesuai dengan Bahasa sumber yang diterjemahkan.

Kata Kunci: Appraisal, Linguistik Sistemik Fungsional, Media Informasi Pariwisata, Penerjemahan

1. PENDAHULUAN

Media informasi pariwisata bilingual adalah gerbang terdepan untuk menyambut tamu wisatawan asing yang akan berkunjung ke Indonesia. Media ini dapat menjadi salah satu andalan pemerintah Republik Indonesia yang saat sedang gencar-gencarnya mengampanyekan program “*Wonderful Indonesia*”. Hal ini menjadi penting karena ketersediaan media informasi pariwisata bilingual termasuk ke dalam salah satu aspek yang mendukung kesuksesan pariwisata Indonesia [1].

Sejauh yang penulis ketahui, media informasi pariwisata bilingual ini menjadi salah satu aspek pendukung pariwisata yang kurang mendapatkan perhatian yang cukup dan penerjemahannya biasanya bersifat asal-asalan [2],[3], [4]. Para penulis berpendapat bahwa salah satu cara untuk membangun sebuah media informasi pariwisata bilingual yang baik adalah dengan menggunakan teori *appraisal* yang terdapat dalam teori Linguistik Sistemik Fungsional (LSF).

Teori *appraisal* ini merupakan salah satu cara untuk mengevaluasi sebuah bahasa di suatu teks. Teori ini penting untuk diterapkan dalam penerjemahan bahasa Indonesia (bahasa sumber, disingkat BSu) ke bahasa Inggris (bahasa sasaran, disingkat BSa) karena *appraisal* mengandung tiga subsistem yang dapat memperlihatkan keselarasan antara nilai-nilai yang dianut oleh pembuat, penerjemah, dan pembaca teks; ketiganya adalah sikap, pemosisian, dan graduasi [5].

Keselarasan antara pembuat dan pembaca teks perlu dibangun karena bahasa Inggris termasuk ke dalam bahasa global [6]. Menurut [6], bahasa global adalah bahasa yang eksistensinya diakui di seluruh dunia. Dengan demikian, penerjemah harus berhati-hati dalam menerjemahkan elemen-elemen yang penting dalam teks pariwisata berbahasa Indonesia ke dalam bahasa Inggris. Salah-salah, maka pembaca (wisatawan asing) dapat menjadi ‘korban’ dari terjemahan yang salah, seperti yang terlihat dalam contoh ini.



Gambar 1. Contoh Terjemahan Salah.[7]

Dari Gambar 1. tersebut, penulis dapat mengidentifikasi bahwa kesalahan penerjemahan tersebut muncul karena penerjemah tidak memiliki sikap, posisi, dan graduasi yang selaras dengan pembaca sasaran dari teks tersebut. Melalui penilaian ketiga hal tersebut, penulis dapat mengidentifikasi perasaan dan karakter pembuat dan penerjemah teks melalui bahasa yang digunakannya [5]. Karenanya, penulis nantinya akan menganalisis dan menghubungkan setiap klausa dalam teks pariwisata BSu dengan BSa-nya dengan topik yang dibicarakan dan kondisi ketika pembuat media informasi pariwisata berbahasa Indonesia menghasilkan teks tersebut.

Dewasa ini, sebetulnya, operator dan pelaku kegiatan pariwisata, baik swasta atau pemerintah daerah, telah mulai melakukan penerjemahan media informasi pariwisata bahasa Indonesia ke bahasa Inggris, namun sejauh yang penulis ketahui, belum ada kajian atau penelitian yang membahas tentang penerjemahan media promosi pariwisata berbasis LSF[4]. Padahal, LSF akan bermanfaat bagi upaya mengubah media informasi pariwisata monolingual menjadi bilingual karena LSF mencakup sistem metafungsi bahasa yang terdiri dari fungsi ideasional, interpersonal, dan tekstual [8].

Dalam bahasa, fungsi ideasional merupakan fungsi yang berkaitan dengan isi atau proposisi. Fungsi interpersonal bahasa sendiri berkaitan dengan fungsi interaksi dan ekspresi akan sikap pengguna bahasa. Terakhir, fungsi tekstual berhubungan dengan bagaimana sebuah teks disusun sebagai sebuah pesan. Dengan demikian, penulis dapat mengidentifikasi jika bahasa dalam teks tidak bisa dipisahkan dari ketiga unsur ini. Oleh karena itu, penulis menilai bahwa ada urgensi untuk menyusun dan mengembangkan landasan teori yang berujung pada tersusunnya model penerjemahan media promosi pariwisata yang memanfaatkan teori *appraisal* dalam LSF.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penerjemahan sering dianggap sebagai kegiatan buka tutup kamus saja. Anggapan yang sederhana itu biasanya muncul dari khalayak umum yang tidak mengerti sulitnya Menerjemahkan. Secara umum, [9] menggambarkan alur kegiatan penerjemahan melalui diagram berikut.

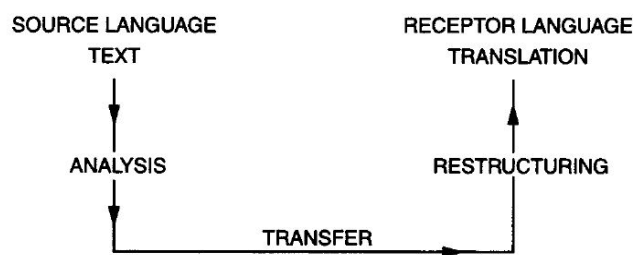


Diagram 1. Proses Penerjemahan. [9]

Menerjemahkan, pada intinya, terdiri dari tiga aktivitas, yaitu analisis, transfer, dan restrukturisasi. Kegiatan penerjemahan idealnya dimulai dari tahap analisis terlebih dahulu. Di dalam tahap analisis, penerjemah mengidentifikasi dan mempelajari teks yang hendak diterjemahkan terlebih dahulu. Dalam tahap ini, penerjemah media informasi pariwisata dapat mengetahui bagian mana dari teks yang memiliki potensi kesulitan penerjemahan, misalnya ketika menerjemahkan ungkapan-ungkapan yang sarat akan unsur budaya. Tahap ini biasanya diwujudkan dengan cara membaca teks sumber (TSu) sampai penerjemah mengerti pesan yang terkandung di dalamnya. Tahap kedua adalah tahap transfer. Tahap ini dapat diidentifikasi dari dimulainya proses menerjemahkan. Tahap yang terakhir adalah tahap restrukturisasi. Di tahap ini, penerjemah merevisi dan memperbaiki hasil terjemahannya. Produk akhir dari tahap ini adalah draf terjemahan akhir.

Dalam kaitannya dengan penerjemahan teks pariwisata, beberapa peneliti telah menekankan peran penting penerjemahan media informasi pariwisata terhadap ketercukupan informasi bagi wisatawan mancanegara. [10], [11], serta [12] adalah para peneliti penerjemahan yang menjadikan media promosi pariwisata, khususnya pada brosur bilingual yang diterbitkan oleh pemerintah daerah setempat. [10] menganggap bahwa terjemahan brosur dan informasi pariwisata dari bahasa Cina ke bahasa Indonesia sudah baik, namun ada beberapa ungkapan khusus bidang pariwisata yang perlu ditingkatkan tingkat keakuratannya. Di penelitian tersebut, penulis menganggap bahwa [10] tidak menggunakan acuan teori penerjemahan yang jelas. Seharusnya [10] menggunakan teori penerjemahan seperti teknik atau strategi penerjemahan untuk menganalisis terjemahan secara kredibel. Selanjutnya, dalam penelitian yang dikembangkan oleh [11], klasifikasi teknik penerjemahan [13] digunakan sebagai alat analisis media penerjemahan pariwisata bilingual, khususnya brosur pariwisata. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa penerjemah brosur bilingual tersebut banyak menggunakan teknik penerjemahan literal. Penggunaan teknik penerjemahan tersebut menjadikan kualitas terjemahannya menjadi rendah. Sebagai kelemahan, penulis menganggap bahwa penelitian [11] tidak menyertakan faktor proses penerjemahan yang dilalui penerjemah sebagai faktor yang menentukan baik atau buruknya terjemahan. Terakhir, penelitian [12] berusaha untuk mengaitkan antara kualitas terjemahan media informasi pariwisata dengan ideologi serta strategi penerjemahan yang digunakan penerjemahnya. Penulis mengidentifikasi bahwa [12] tidak menyertakan analisis tentang proses penerjemahan sebagai penentu tinggi atau rendahnya kualitas terjemahan. Dari penelitian-penelitian tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa tidak ada sebuah model penerjemahan yang dapat mengakomodir munculnya media informasi pariwisata bilingual yang berkualitas. Selain itu, data yang digunakan oleh para peneliti tersebut hanya terbatas pada brosur bilingual saja, padahal media lainnya seperti *website*, buklet, dan buku pariwisata juga banyak yang belum tersentuh. Oleh karena itu, penulis menyadari perlunya menyertakan media informasi yang banyak digunakan oleh wisatawan asing, yaitu *website*, buklet, buku, dan brosur. Penulis meyakini bahwa untuk membuat sebuah model penerjemahan berbasis SFL, penulis harus menganalisis

keselarasan pesan teks dan sikap dari pembuat serta penerjemah teks melalui keempat macam media informasi tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kajian pustaka. Penelitian dimulai dari mencari sumber informasi pustaka yang relevan untuk disajikan di bagian pembahasan. Sumber informasi pustaka yang berfungsi sebagai data penelitian merupakan data informasi sekunder. Data informasi sekunder adalah data yang didapatkan oleh penulis secara tidak langsung. Artinya, penulis tidak melakukan pengamatan secara langsung terhadap subjek penelitian untuk mendapatkan data. Dalam hal ini, penulis hanya menghimpun informasi dari berbagai sumber rujukan yang relevan. Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

4. PEMBAHASAN

Teori *appraisal* merupakan sebuah teori yang dikembangkan dari Linguistik Sistemik Fungsional (LFS) yang didasarkan pada makna interpersona. Teori tersebut dikemukakan oleh [16]; [17]; [18] yang dipahami sebagai *evaluative language* bahwa setiap seseorang berbahasa sesungguhnya dibaliknya terdapat penilaian terhadap sesuatu yang disampaikan baik lisan maupun tertulis. Selanjutnya, teori *appraisal* menyajikan alat analisis untuk memudahkan pembaca memahami isu berkaitan dengan sumber daya evaluatif dan negosiasi posisi intersubjektif, dan membuka area baru dari pengertian interpersona. Teori *appraisal* tersebut terdiri dari tiga elemen yaitu: *Engagement*, *Attitude* dan *graduation*.

Sementara itu, menurut [14] penilaian atas mutu terjemahan terfokus pada tiga pokok hal diantaranya (1) ketepatan pengalihan pesan, (2) ketepatan pengungkapan pesan dalam bahasa sasaran, dan (3) kealamiah bahasa terjemahan. Selanjutnya kualitas terjemahan diukur melalui tiga aspek yaitu keakuratan (*accuracy*), keberterimaan (*acceptability*), dan keterbacaan (*readability*). Oleh karena itu, tingkat pengalihan pesan ditetapkan oleh seberapa akurat isi atau pesan teks bahasa sumber dialihkan ke dalam bahasa sasaran. Tingkat keberterimaan terjemahan dinilai atas dasar apakah isi atau pesan teks bahasa sumber itu sudah diungkapkan sesuai dengan kaidah, norma, dan budaya yang berlaku dalam bahasa sasaran. Tingkat keterbacaan teks terjemahan merujuk pada derajat kemudahan suatu teks terjemahan untuk dipahami oleh pembaca sasaran [15].

Selain mendeskripsikan aplikasi teori *appraisal* dalam ragam media informasi pariwisata bilingual, penulis juga menyajikan klasifikasi teknik penerjemahan yang bisa dijadikan alat untuk menerjemahkan media informasi pariwisata monolingual menjadi bilingual. Berikut adalah lima belas teknik penerjemahan yang dikembangkan oleh [13]:

1. **Teknik Peminjaman.** Teknik ini terdiri dari peminjaman utuh (*pure*) atau ternaturalisasi (*naturalized*). Teknik peminjaman utuh dapat terlihat dari penggunaan leksikon asing tanpa adanya adaptasi morfologis dan fonologis, sedangkan teknik penerjemahan ternaturalisasi dapat dilihat dari adanya adaptasi morfologis dan fonologis leksikon asing. Contoh dari teknik peminjaman utuh adalah "*candi*" yang tetap diterjemahkan menjadi "*candi*" dan contoh teknik peminjaman ternaturalisasi adalah "*plantation*" menjadi "*plantasi*".
2. **Teknik Kalke.** Teknik ini terlihat dari adanya adaptasi struktur sintaksis BSu ke BSadengan disertai peminjaman ternaturalisasi unsur leksikal BSu, sebagai contoh "*gag reflex*" menjadi "*refleks gag*". Teknik ini biasanya digunakan untuk menerjemahkan unsur asing yang belum ada padanannya di BSa.
3. **Teknik Penerjemahan Harfiah.** Teknik ini terlihat dari penerjemahan kata per kata yang strukturnya mengikuti BSu. Penulis berpendapat bahwa teknik ini seringkali dapat membuat terjemahan menjadi tidak lazim, sebagai contoh "*monkey business*" menjadi "*bisnis monyet*". Terjemahan tersebut tidaklah mengikuti konteks yang lazim. Penerjemah seharusnya menerjemahkan frasa tersebut menjadi "*bisnis kotor*".
4. **Teknik Transposisi.** Teknik ini terlihat dari perubahan kelas dan kategori, misalnya dari frasa menjadi klausa atau dari verba menjadi nomina, sebagai contoh "*I love you so much*" menjadi "*cintaku sangat besar*" (frasa menjadi kata).
5. **Teknik Adaptasi.** Teknik ini dapat diamati dari adanya saduranungkapan yang memiliki muatan budaya, contohnya "*rengginang*" menjadi "*rice crackers*". Agak disayangkan, dengan menggunakan teknik ini, unsur budaya dari kata "*rengginang*" menjadi netral atau hilang.
6. **Teknik Amplifikasi.** Teknik ini dapat dilihat dari adanya informasi yang ditambahkan dalam BSa, sebagai contoh "*Jaranan*" menjadi "*Jaranan dance*" (ada penambahan informasi "*dance*" untuk memperjelas informasi).
7. **Teknik Kesepadanan Lazim.** Teknik ini terlihat dari terjemahan yang sudah benar atau tepat sesuai dengan norma dan kaidah bahasa dan berterima menurut pembaca BSa, sebagai contoh "*tarik tambang*" menjadi "*tug of war*".

8. **Teknik Generalisasi.** Teknik ini teridentifikasi dari adanya pemilihan kata yang lebih general (*superordinate*) untuk menerjemahkan kata yang bersifat khusus (*hyponym*), contohnya “*gerobak*” (spesifik) menjadi “*vehicle*” (umum).
9. **Teknik Partikularisasi.** Kebalikan dari teknik generalisasi, teknik ini menggunakan kata yang lebih khusus (*hyponym*) untuk menerjemahkan kata yang umum (*superordinate*), sebagai contoh “*vehicle*” (umum) menjadi “*gerobak*” (spesifik).
10. **Teknik Modulasi.** Teknik ini terlihat dari adanya perubahan sudut pandang antara BSu dan terjemahannya, sebagai contoh “*chef cooks the famous rendang carefully*” (sudut pandangnya di “*chef*”) menjadi “*rendang dimasak secara hati-hati oleh chef*” (sudut pandangnya berubah menjadi “*rendang*”).
11. **Teknik Reduksi.** Teknik ini terlihat dari adanya penghilangan unsur linguistik BSu dalam terjemahannya, sebagai contoh “*All foreign tourists from all around the world enjoy tug of war game*” menjadi “*semua wisatawan asing menikmati permainan tarik tambang*” (frasa “*from all around the world*” tidak diterjemahkan).
12. **Teknik Kompensasi.** Teknik ini digunakan dengan cara membungkus kalimat BSu menjadi dua kalimat BSa, misalnya “*tariannyamegah dan unik*” menjadi “*the dance is grand. Yet, it is also unique*” (terjemahannya menjadi dua kalimat).
13. **Teknik Deskripsi.** Teknik ini terlihat dari adanya deskripsi di terjemahannya, sebagai contoh “*panjat pinang*” menjadi “*panjat pinang, a famous game which is played by climbing a slippery tree pole to reach prizes*”.
14. **Teknik Kreasi Diskursif.** Teknik ini terlihat daridigunakannya terjemahan yang berbeda jauh dari kesepadanan makna dan konteks BSu, misalnya “*candi*” menjadi “*temple*” (terjemahannya tidak mewakili pesan BSu).
15. **Teknik Variasi.** Teknik ini terlihat dari dari adanya terjemahan yang menyertakan variasisosiolinguistik, seperti penggunaan dialek atau perubahan bunyi (biasanya ditemukan dalam kasus-kasus *interpreting*), sebagai contoh “*welcome*” menjadi “*wilujeng sumping*” (dialek Sunda).

Penulis mengidentifikasi bahwa lima belas teknik tersebut dapat digunakan untuk memberikan evaluasi terjemahan dalam model penerjemahan berbasis LSF. Teknik penerjemahan inilah yang merupakan representasi nyata dari cara penerjemah media informasi pariwisata menyampaikan sikap, pemosisian, dan graduasi BSu ke BSa.

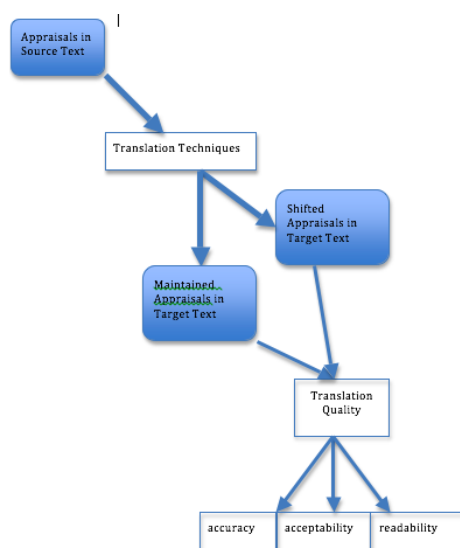


Diagram 2. Alur Penerjemahan berbasis *Appraisal*

5. KESIMPULAN

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 menganalisis produk penerjemahan (terjemahan), penulis menggunakan teori teknik penerjemahan yang ditulis oleh [13]. 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.

6. SARAN

Saran-saran untuk penelitian lebih lanjut untuk menutup kekurangan penelitian. Tidak memuat saran-saran diluar untuk penelitian lanjut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada **Kemenristekdikti (Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan)** yang telah memberi **dukungan finansial** terhadap penelitian ini melalui hibah **Penelitian Kerja Sama antar Perguruan Tinggi (PKPT)** yang melibatkan Universitas Dian Nuswantoro Semarang dengan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.
- [2] Putra, C., Iriani, A., dan Manuputty, A.D., 2011, Perancangan dan Implementasi E-Tourism pada Sistem Informasi Pariwisata Salatiga. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(1), 76-88.
- [3] Ilham, J. dan Irawan, A.H., 2013, Perancangan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Lumajang. *Jurnal Sains dan Seni Pomits*, 2(1), 1-4.
- [4] Nugroho, R.A., Septemuryantoro, S.A., dan Lewa, A.H., 2017, Penerjemahan: Sebuah Cara untuk Meningkatkan Kualitas Pariwisata di Indonesia. *Prosiding Sendi U Unisbank*, Semarang, 26 Juli. <https://scholar.google.co.id/scholar?oi=bibs&cluster=10073098165159274408&btnI=1&hl=en>
- [5] Martin, J.R. dan Rose, D., 2013, *Working with Discourse: Meaning beyond the Clause*, London, Continuum.
- [6] Crystal, D., 2003, *English as a Global Language*, Cambridge, Cambridge University Press.
- [7] Instagram @xmadeofstonex
- [8] Santosa, R., 2003, *Semiotika Sosial Pandangan terhadap Bahasa*, Surabaya, Pustaka Eureka.
- [9] Bassnett, S., 2002, *Translation Studies 3rd Edition*, London dan New York, Routledge.
- [10] 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.
- [11] Puspitawati, W., Refnaldi, Havid, A., 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.
- [12] 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*.
- [13] Molina, L. dan Albir, A.H., 2002, *Translation Technique Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach*, Spanyol, Universitat Autònoma de Barcelona.
- [14] Nababan, 2003. *Teori Menerjemahkan Bahasa Inggris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [15] Nababan. 2010a. *Pengembangan Model Penilaian Kualitas Terjemahan*. Ringkasan Hasil Penelitian HIKOM Tahun II.
- [16] Martin, 2000. *Beyond Exchange: Appraisal System in English*. Oxford: Oxford University Press.
- [17] Martin & Rose, 2003. *Working with Discourse*. New York: Brown and Company.
- [18] White, 2001. *Telling Media Tales: the News Story as Rhetoric*. Unpublished Ph.D Thesis. Sydney: University of Sydney.