

Teknik Penerjemahan Otomatis untuk Realisasi Afek dalam Teks Promosi Pariwisata dalam Situs Web Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo: Analisis Appraisal SFL

Nada Humaida Rohmah

¹ Program Studi S2 Ilmu Linguistik, Pascasarjana Universitas Sebelas Maret,
Jl. Ir. Sutami no 36 Kentingan Surakarta

Email: nadahumaidaruns@gmail.com

Abstract: *This study examines the use of translation techniques for the realization of affect from the automatic translation of tourism promotion language in the content of the Ponorogo Regency Tourism Office website. The aspects of affect need to be considered to express the writer's feelings in describing tourism objects. Ponorogo tourism objects are addressed not only to local tourists, but also to foreign tourists. This means that the tourism content in the website should also be available in English as an international language. Therefore, to be able to attract readers' attention, the affective aspect must be conveyed to foreign tourists. However, the tourism content in English available on the website is not a translation from a human translator, but from Google Translate's automatic machine translation. If the machine translation does not cause much shift in the structure and meaning of the affect, then the translation is considered good and vice versa. Before proceeding to the quality of translation, a translation is reflected by its translation technique first. If the translator does not use the right translation technique, then the result is also appropriate. Therefore, this study aims to reveal the use of translation techniques used by Google Translate to translate a tourism text as well as to see whether there is a shift in the meaning of affect or not. This study adopts a descriptive qualitative research paradigm with Spradley's (1980) data analysis technique in Santosa (2021). The sample determination in this study used purposive sampling technique based on the research objectives. Data collection is done by document analysis of words or phrases that have one type of affect. The analysis starts from the domain to the cultural theme. So far, the research findings show the presence of disclination, happiness, security, and satisfaction affect, with the use of transposition, reduction, and established equivalent translation techniques.*

Keywords: *affect, appraisal, promotional tourism language, translation techniques, SFL*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji penggunaan teknik penerjemahan untuk realisasi afek dari terjemahan otomatis bahasa promosi pariwisata dalam konten situs web Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo. Aspek afek perlu diperhatikan untuk mengungkapkan ungkapan perasaan penulis dalam menggambarkan objek pariwisata. Objek pariwisata Ponorogo ditujukan bukan hanya kepada wisatawan lokal, tapi juga kepada wisatawan asing. Artinya, konten pariwisata dalam situs web tersebut juga harus tersedia dalam bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Oleh karena itu, untuk dapat menarik perhatian pembaca, aspek afek tersebut harus tersampaikan kepada wisatawan asing. Namun, konten pariwisata dalam bahasa Inggris yang tersedia pada situs web tersebut bukan merupakan terjemahan dari penerjemah manusia, melainkan dari mesin penerjemah otomatis *Google Translate*. Jika terjemahan mesin penerjemah otomatis tidak menyebabkan banyak pergeseran struktur dan makna afek, maka terjemahan tersebut dinilai baik dan juga sebaliknya. Sebelum jauh berlanjut ke kualitas terjemahan, suatu terjemahan dicerminkan oleh teknik penerjemahannya terlebih dahulu. Jika teknik penerjemahan yang digunakan tepat, maka hasilnya juga tepat. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengungkapkan penggunaan teknik penerjemahan yang digunakan oleh mesin penerjemah *Google Translate* untuk menerjemahkan suatu teks pariwisata serta melihat adanya pergeseran makna dari afek atau tidak. Penelitian ini mengadopsi paradigma penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data Spradley (1980) dalam Santosa (2021). Penentuan sampel dalam

penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan analisis dokumen kata atau frasa yang memiliki salah satu jenis afek. Analisis dimulai dari domain hingga tema budaya. Sejauh ini, temuan penelitian menunjukkan adanya afek *disclination*, *happiness*, *security*, dan *satisfaction*, dengan penggunaan teknik penerjemahan *transposition*, *reduction*, dan *established equivalent*.

Kata kunci: *afek, appraisal, bahasa promosi pariwisata, teknik penerjemahan, SFL*

1. PENDAHULUAN

Penulisan suatu teks promosi pariwisata dapat dinilai dengan berbagai cara. Salah satu cara tersebut adalah dengan sistem *appraisal*. *Appraisal* merupakan suatu kumpulan sistem yang terdiri dari tiga jenis utama yaitu *attitude*, *graduation*, dan *engagement* (Martin & Rose, 2007 dalam Santosa, dkk., 2023). Meskipun begitu, *attitude* lebih dekat untuk menilai teks terjemahan. Hal ini disebabkan oleh definisi *attitude* sendiri sebagai penilaian sosial. Lebih lanjut, ada salah satu unsur *attitude* yang lebih detail dalam penilaian sosial yaitu afek. Menurut Martin & Rose (2007), afek adalah suatu penilaian perasaan dalam wacana. Oleh karena itu, menggunakan afek dalam menganalisis teks promosi pariwisata dapat membantu untuk melihat bagaimana permainan emosi (ungkapan perasaan) si pembuat teks.

Selain itu, penilaian perasaan dalam sebuah teks promosi pariwisata tidak hanya dilihat dari satu bahasa, akan tetapi juga dapat dilihat dari terjemahannya. Ketika teks diterjemahkan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran, perasaan dalam teks berpotensi untuk berubah karena perbedaan sistem bahasa dan budaya. Sehingga, untuk menerjemahkan pesan perasaan tersebut, penerjemah perlu menggunakan teknik penerjemahan yang tepat. Penggunaan teknik penerjemahan bergantung pada kemampuan si penerjemah. Perubahan tersebut bisa saja didasari oleh teknik penerjemahannya. Salah satu teknik yang bisa saja mengubah suatu *affect* adalah teknik *established equivalent*. Contohnya adalah pada terjemahan “Kita bisa menikmati **pemandangan yang indah**” menjadi “*we can see the beautiful view*”. Kehadiran *affect as quality* dan *affect as process* berubah menjadi hanya *affect as quality*. Oleh karena itu, menganalisis *affect* dalam terjemahan teks promosi pariwisata adalah penting untuk melihat jenis penilaian perasaan serta perubahannya. Lebih lanjut, teks promosi pariwisata hadir dalam berbagai media.

Media yang mempromosikan pariwisata pada umumnya adalah media cetak dan sosial. Salah satu media sosial yang dapat menampung seluruh informasi yang lengkap dalam satu wadah adalah situs web. Situs web digunakan oleh berbagai instansi untuk menampung seluruh informasi secara lengkap agar dapat diakses oleh audiens, termasuk informasi pariwisata. Salah satu situs web tersebut adalah Dinas Pariwisata Ponorogo. Namun, informasi tersebut hanya dapat dinikmati oleh wisatawan lokal karena hanya tersedia dalam bahasa Indonesia saja, sedangkan Ponorogo memiliki tujuan untuk memperkenalkan Ponorogo ke kancah internasional. Oleh karena itu, informasi pariwisata menarik dalam situs web tersebut seharusnya juga tersedia dalam bahasa Inggris untuk mengakomodasi wisatawan internasional. Cara untuk mengakses bahasa Inggris dalam situs web tersebut hanyalah dengan memanfaatkan fitur terjemahan otomatis “*Terjemahkan ke dalam bahasa Inggris*” yang disediakan oleh *Google*. Mesin penerjemah yang digunakan adalah *Google Translate*. Seperti yang dinyatakan dalam penelitian Budi & Saragih (2021), terjemahan dari mesin penerjemah tidak selalu akurat. Hal itu karena mesin penerjemah tidak serta merta dapat menerjemahkan suatu perasaan maupun budaya. Mungkin bisa, tetapi tidak selalu. Sehingga, informasi yang sebenarnya menarik terkadang menjadi kurang menarik oleh karena mesin penerjemah tidak dapat menerjemahkan perasaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menilai terjemahan perasaan (*affect*) penulis dalam membangun teks deskripsi tentang suatu destinasi/objek wisata menggunakan sistem *appraisal* dari kacamata Linguistik Sistemik Fungsional (LSF).

Sistem *appraisal* dalam SFL digunakan untuk menilai atau mengevaluasi atitud (perilaku) yang diungkapkan melalui perasaan (*affect*, selanjutnya ditulis sebagai ‘afek’), penilaian karakter (*judgement*), dan penilaian barang atau sesuatu (*appreciation*) (Martin & Rose, 2007 dalam Santosa,

2021). Penilaian perasaan yang dimaksud adalah perasaan penulis dalam mengungkapkan suatu wacana. Dalam penelitian ini, wacana yang dikaji berupa wacana tulis. Artinya, sistem *appraisal* afek dapat digunakan untuk mengkaji perasaan penulis dalam menuliskan suatu wacana tulis, yaitu teks promosi pariwisata. Ungkapan perasaan (afek) dari konten pariwisata tersebut. Lebih lanjut, sistem *appraisal* afek ini juga digabungkan dengan satu aspek bidang lain, yaitu penerjemahan.

Seperti yang telah disebutkan di atas suatu konten pariwisata yang dimaksudkan untuk menarik perhatian tidak hanya wisatawan lokal tetapi juga wisatawan asing harus tersedia dalam bahasa internasional (dalam hal ini bahasa Inggris), maka penilaian ungkapan perasaan penulis konten pariwisata perlu diperhatikan dari aspek penerjemahan. Aspek penerjemahan digunakan untuk melihat teknik apa saja yang digunakan oleh penerjemah saat menerjemahkan afek. Penggunaan teknik penerjemahan merupakan hal mendasar yang perlu diperhatikan oleh seorang penerjemah untuk menerjemahkan suatu teks (Neubert, 2000: 9 dalam Nababan, 2008: 9) karena dapat memengaruhi hasil terjemahan (Nababan, 2016). Penggunaan teknik penerjemahan yang kurang/tidak tepat berpotensi dapat menyebabkan adanya pergeseran makna afek yang dimaksudkan oleh penulis konten pariwisata. Dengan menggunakan beberapa teknik penerjemahan, struktur wacana teks promosi pariwisata yang memiliki afek memiliki potensi untuk berubah seperti contoh sebelumnya. Oleh karena itu, menggabungkan pendekatan SFL, lebih tepatnya sistem *appraisal* afek dengan aspek penerjemahan, dapat membantu melihat tidak hanya bagaimana pembuat teks menunjukkan perasaannya dalam teks promosi pariwisata, tetapi juga dapat melihat apakah dengan teknik tertentu, afek tersebut dalam berubah unsur atau maknanya.

Terjemahan dari ungkapan perasaan penulis (afek) diharapkan akurat, berterima, dan terbaca (Nababan, dkk., 2012) dalam bahasa sasaran karena ditujukan untuk menarik perhatian wisatawan asing. Satu hal mendasar yang terlebih dahulu dilakukan untuk menghasilkan terjemahan yang akurat, berterima, dan terbaca adalah menggunakan teknik penerjemahan yang tepat. Penggunaan teknik penerjemahan untuk mengungkapkan perasaan penulis (afek) dari bahasa sumber ke bahasa sasaran menjadi perhatian tersendiri karena hasil terjemahan dipengaruhi oleh penggunaan teknik penerjemahan.

Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa terjemahan ungkapan perasaan penulis konten pariwisata (afek) dari bahasa sumber ke bahasa sasaran berpotensi untuk berubah, bergantung pada teknik penerjemahan yang digunakan. Oleh karena itu, subjek dalam penelitian ini adalah hasil penerjemahan otomatis, maka teknik penerjemahan yang digunakan dapat berupa satu jenis teknik saja atau lebih (sama seperti penerjemah berupa manusia) yang dapat menghasilkan suatu terjemahan otomatis. Jika hasil terjemahan menunjukkan pola penggunaan teknik penerjemahan yang sama dengan manusia penerjemah, yaitu penggunaan teknik penerjemahan yang bervariasi namun akurat, berterima, dan terbaca, maka bisa saja instansi terkait tidak perlu menggunakan jasa manusia penerjemah. Sementara itu, jika mesin penerjemah hanya menggunakan teknik penerjemahan tertentu dengan hasil terjemahan yang kurang/tidak akurat, kurang/tidak berterima, maupun kurang/tidak terbaca, maka instansi perlu mempertimbangkan tentang penggunaan jasa manusia penerjemah.

Berbagai penelitian mengenai bahasa promosi pariwisata dengan menggunakan sistem *appraisal* telah dilakukan (Wu, 2018), namun penelitian tersebut tidak mengkaji setiap aspek secara khusus. Penelitian mengenai penilaian afek secara khusus pada bahasa promosi pariwisata dilakukan oleh Finalia, dkk (2022), namun penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji tentang jenis-jenis makna afek. Selanjutnya, Isti'anah (2021) telah meneliti tentang jenis-jenis makna afek, namun dalam penelitian Isti'anah (2021) tersebut belum melihat realisasi afek secara khusus sebagai *quality*, *process*, dan *comment* untuk benar-benar melihat ungkapan perasaan penulis secara mendalam. Sementara itu, penelitian Putri dkk (2024) mengkaji realisasi afek dalam teks narasi. Penelitian mengenai realisasi afek dalam teks deskriptif belum ada yang melakukan. Selain itu, kebanyakan penelitian terdahulu mengenai bahasa promosi wisata dengan menggunakan sistem *appraisal* dilakukan untuk mengkaji terjemahan yang dilakukan oleh manusia penerjemah (Suryaningtyas, dkk., 2019). Oleh karena itu, penelitian terbaru ini dilakukan untuk mengkaji penilaian ungkapan perasaan (afek) penulis konten pariwisata secara mendalam melalui realisasi afek *quality*, *process*, dan *comment* yang

dihasilkan oleh mesin penerjemah otomatis.

Dari penjabaran latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan teknik penerjemahan dan pergeseran makna afek dalam teks promosi pariwisata. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini dapat melihat bagaimana ungkapan perasaan (afek) penulis serta terjemahan afek dalam teks promosi pariwisata tersebut berdasarkan tekniknya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif deskriptif, studi kasus tunggal, dan terpancang. Sumber data dalam penelitian ini adalah teks promosi pariwisata dalam situs web Dinas Pariwisata Ponorogo. Sementara itu, data dalam penelitian ini berupa data linguistik dan data penerjemahan. Data linguistik berupa jenis-jenis afek dan realisasinya dalam teks promosi pariwisata, sedangkan data penerjemahan berupa teknik penerjemahan yang digunakan oleh mesin penerjemah otomatis *Google Translate* dalam menghasilkan terjemahan otomatis dalam situs web tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan analisis dokumen kata atau frasa yang memiliki salah satu jenis afek.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis etnografis Spradley (1980) melalui empat tahap, yaitu analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponensial, dan analisis tema budaya (Spradley, 1980 dalam Santosa, 2021). Pertama, analisis domain dilakukan untuk memilah data yang termasuk ke dalam salah satu jenis afek. Kedua, analisis taksonomi dilakukan untuk mengklasifikasikan data berdasarkan teknik penerjemahan. Ketiga, analisis komponensial dilakukan dengan menggabungkan analisis domain dan analisis taksonomi untuk menemukan pola perilaku penelitian. Terakhir, analisis tema budaya dilakukan untuk menemukan teori substantif dari penelitian ini. Teori substantif ini adalah hasil diskusi dari tujuan penelitian, review penelitian terdahulu, teori yang digunakan, dan temuan penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil (temuan) dan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah di atas dan sebagai dasar penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti mengungkapkan ungkapan perasaan (afek) penulis teks promosi pariwisata situs web Dinas Pariwisata Ponorogo dan terjemahannya. Selanjutnya, peneliti mengemukakan teknik penerjemahan yang digunakan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap ada atau tidaknya pergeseran makna afek.

Untuk menganalisis sistem penilaian (*appraisal*) ungkapan perasaan (afek) dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Martin dan White (2005). Selanjutnya, analisis teknik penerjemahan dilakukan dengan mengaplikasikan teori yang dikemukakan oleh Molina dan Albir (2002).

3.1 Hasil Penelitian

Pada setiap sub-bagian pariwisata dalam situs web Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, afek direalisasikan dalam jenis makna rasa takut dan rasa tidak takut (*dis/inclination*), kebahagiaan dan ketidakbahagiaan (*un/happiness*), rasa aman dan rasa tidak aman (*in/security*), kepuasan dan ketidakpuasan (*dis/satisfaction*).

3.1.1 Jenis Afek

Afek merupakan ungkapan perasaan partisipan. Dalam hal ini, ungkapan perasaan yang ingin diidentifikasi adalah ungkapan perasaan dari penulis teks promosi pariwisata. Terdapat empat (4) ungkapan perasaan menurut Martin dan White (2005), yaitu *dis/inclination* (rasa takut/rasa tidak takut), *un/happiness* (ketidakbahagiaan/kebahagiaan), *in/security* (rasa tidak aman/rasa aman), serta *un/satisfaction* (ketidakpuasan/kepuasan).

Tabel 1. Hasil Penelitian

| Jenis Makna | Unsur Afek | Teknik | | | TOTAL |
|------------------|------------|--------|-------|--------|-------|
| | | EE | Trans | Red/Om | |
| Affect | Pos | | | | |
| | Neg | | | | |
| Un/Happiness | Pos | | | 1 | 1 |
| | Neg | | | | 0 |
| Dis/Inclination | Pos | | | | 0 |
| | Neg | | 1 | | 1 |
| In/Security | Pos | 2 | 1 | | 3 |
| | Neg | | | | 0 |
| Dis/Satisfaction | Positive | 11 | | | 11 |
| | Negative | | | | 0 |

Catatan:

EE = Established equivalent

Trans = Transposition

Red/Om = Reduction/Omission

Rasa Takut dan Rasa Tidak Takut (*Dis/Inclination*)

Data yang termasuk *dis/inclination* dalam penelitian ini adalah ungkapan perasaan yang menyoroti tentang rasa takut atau rasa tidak takut seseorang. Sehubungan dengan pengertian menurut Martin dan White (2005), maka data *dis/inclination* dalam penelitian ini berjumlah satu (1). Temuan *dis/inclination* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Data *Dis/Inclination*

| Dis/Inclination | Nada Afek | Disposition |
|-----------------------------------|-----------|-------------|
| Disclination: fear (ketakutan) | Negatif | mistik |

Data tersebut ada dalam deskripsi berikut.

- [1] RA/270824/L6 Pada momen ini, ribuan masyarakat lokal yang mengarak rombongan kirab berjalan membawa obor (dian) sehingga menambah suasana **mistik**.
(Affect – **disclination** – disposition quality – negative)

RA/270824/P6 *At this moment, thousands of local people who parade the procession carry torches (dian) which adds to the **mystical** atmosphere.*
(Affect – **disclination** – disposition quality – negative)

Pada data RA/270824/L6, satuan lingual yang menunjukkan adanya *dis/inclination* adalah kata **mistik** karena dapat menimbulkan afek rasa takut kepada audiens. Selanjutnya, kata **mistik** diterjemahkan secara otomatis oleh *Google Translate* dalam situs web menjadi **mystical**. Terjemahan tersebut tidak menyebabkan terjadinya pergeseran jenis afeknya, yaitu jenis *disclination*. Hasil terjemahan tersebut menunjukkan bahwa teknik penerjemahan otomatis yang digunakan oleh mesin penerjemahan tersebut adalah teknik **transposition** karena kata nomina bahasa Indonesia **mistik** diterjemahkan menjadi kata sifat **mystical** dalam bahasa Inggris.

Ketidakhahagiaan dan Kebahagiaan (*Un/Happiness*)

Ungkapan perasaan *un/happiness* menunjukkan perasaan yang ada kaitannya dengan hati, seperti adanya perasaan bahagia, gembira, sedih, atau benci (Martin dan White, 2005 dalam Suryaningtyas, dkk., 2019). Data *un/happiness* yang ditemukan dalam penelitian ini berjumlah satu (1) data. Temuan dari afek *un/happiness* adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Data *Un/Happiness*

| Un/Happiness | Nada Afek | Disposition |
|---------------------|------------------|--------------------|
| Happiness: cheer | Positif | rona |

Deskripsi dari data tersebut adalah sebagai berikut.

- [2] RA/270824/L4 Pada cuaca cerah anda dapat menikmati **rona** langit senja yang jingga antara pukul 17.00-18.30 sebelum gelap tiba.

(*Affect – happiness – disposition quality – positive*)

RA/270824/P4 *In clear weather, you can enjoy the orange hue of the twilight sky between 17:00-18:30 before dark.*

Data RA/270824/L4 mengungkapkan perasaan bahagia pada kata sifat **rona**. Perasaan ini diungkapkan dengan indah yang dapat mempengaruhi kebahagiaan wisatawan saat berkunjung. Namun, ungkapan ini tidak diterjemahkan oleh *Google Translate*, sehingga terjadi pergeseran makna karena memang tidak ada terjemahannya dalam penerjemahan otomatis yang tersedia. Oleh karena itu, teknik penerjemahan adalah *reduction/omission*.

Rasa Tidak Aman dan Rasa Aman (*In/Security*)

Afek *in/security* mengungkap perasaan aman, cemas, percaya diri, percaya (Martin & Rose, 2007 dalam Suryaningtyas, dkk., 2019; Martin & Rose, 2007 dalam Santosa, dkk., 2023). Sehubungan dengan pengertian tersebut, data untuk jenis afek ini yang ditemukan sebanyak tiga (3) data.

Tabel 4. Data *In/Security*

| In/Security | Nada Afek | Disposition |
|--|------------------|---------------------------|
| Security: confidence (rasa percaya diri) | Positif | unggulan , populer |
| Security: trust (rasa percaya) | Positif | ramai |

Salah satu data *security confidence* adalah sebagai berikut.

- [3] RA/270824/L3 Jika anda penyuka durian, maka anda harus mencoba Durian Kanjeng, salah satu varietas **unggulan** yang dikembangkan di perkebunan durian Desa Ngrogung, ...

(*Affect – security – disposition quality - positive*)

RA/270824/P3 *If you like durian, then you must try Durian Kanjeng, one of the superior varieties developed in the durian plantation of Ngrogung*

Village, ...
 (Affect – **security** – disposition quality – positive)

Data RA/270824/L3 berusaha mengungkapkan perasaan percaya diri atas keunggulan produk durian dengan kualitas terbaik. Ungkapan perasaan tersebut termasuk ke dalam jenis afek *security*. Kata yang digunakan untuk mengungkapkan afek *security* tersebut adalah kata **unggulan**. Kata tersebut oleh mesin penerjemah otomatis *Google Translate* menjadi **superior** dengan menggunakan teknik penerjemahan *established equivalent*. Dalam bahasa sasaran, hasil terjemahan tidak menunjukkan adanya pergeseran makna afek *security*.

Selanjutnya, data *security trust* adalah sebagai berikut.

[4] RA/270824/L12 Destinasi wisata yang mulai dikenal sejak tahun 2016 ini kini menjelma menjadi destinasi yang selalu **ramai** kala libur tiba.
 (Affect – **security** – disposition quality - positive)

RA/270824/P12 *This tourist destination which has been known since 2016 has now transformed into a destination that is always **crowded** when the holidays arrive.*
 (Affect – **security** – disposition quality – positive)

Data RA/270824/L12 berusaha mengungkapkan rasa kepercayaan atas pengunjung yang **ramai** mengunjungi suatu destinasi wisata. Artinya, situasi yang ramai menandakan pengunjung percaya bahwa destinasi/objek wisata tersebut layak untuk dikunjungi. Kata yang digunakan adalah **ramai**, yang kemudian oleh *Google Translate* diterjemahkan menjadi **crowded**. Hasil terjemahan tersebut menandakan bahwa mesin penerjemah menggunakan teknik penerjemah *established equivalent*. Dalam bahasa sasaran, penggunaan teknik penerjemahan tersebut tidak menyebabkan pergeseran makna afek *security*.

Ketidakpuasan dan Kepuasan (Dis/Satisfaction)

Perasaan yang diungkapkan untuk mengekspresikan rasa puas, tidak puas, jenuh, tertarik, atau kagum didefinisikan sebagai jenis afek *dis/satisfaction* (Martin & Rose, 2007 dalam Santosa, dkk., 2023). Berdasarkan dari pengertian tersebut, data *dis/satisfaction* yang ditemukan sebanyak sebelas (11) data.

Tabel 5. Data *Dis/Satisfaction*

| Dis/Satisfaction | Nada Afek | Disposition |
|---------------------------------------|-----------|--|
| Satisfaction: interest (ketertarikan) | Positif | alami, sejuk, dingin, unik, subur, terbesar, terjangkau |
| Satisfaction: admiration (kekaguman) | Positif | Menakjubkan, mempesona , indah, sangat natural |

Salah satu contoh data *satisfaction interest* adalah sebagai berikut.

[5] RA/270824/L14 Tiket masuknya pun sangat **terjangkau**, yaitu Rp. 5000,- per orang.
 (Affect - **satisfaction** – disposition quality – positive)
 RA/270824/P14 *The entrance ticket is also very **affordable**, which is IDR 5,000 per person.*

(*Affect – satisfaction – disposition quality – positive*)

Penulis dalam data RA/270824/L14 berusaha menunjukkan harga yang murah untuk semua kalangan dapat mengunjungi suatu destinasi pariwisata. Penggunaan kata **terjangkau** meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk mengunjungi suatu destinasi pariwisata. Kata **terjangkau** diterjemahkan menjadi **affordable** oleh *Google Translate* yang mana itu berarti bahwa mesin penerjemah menggunakan teknik penerjemahan **established equivalent**.

Salah satu contoh data *satisfaction admiration* adalah sebagai berikut.

- [6] RA/270824/L7 Kawasan pegunungan selatan Kabupaten Ponorogo juga menyimpan keindahan alam nan **mempesona**.
 (*Affect - satisfaction – disposition quality – positive*)
 RA/270824/P7 *The southern mountainous area of Ponorogo Regency also holds*
enchanted natural beauty.
 (*Affect – satisfaction – disposition quality – positive*)

Data RA/270824/L7 menunjukkan ungkapan perasaan *satisfaction* karena sesuatu yang **mempesona** berarti membuat wisatawan merasa kagum saat melihat atau menikmati sebuah objek wisata. Ungkapan **mempesona** diterjemahkan oleh mesin penerjemah otomatis *Google Translate* menjadi **enchanted** dengan teknik penerjemahan **established equivalent**. Hasil terjemahan afek tersebut tidak menunjukkan adanya pergeseran makna afek *satisfaction* dalam bahasa sasaran.

3.1.2 Teknik Penerjemahan pada Afek

Teori mengenai penggunaan teknik penerjemahan menggunakan teori dari Molina dan Albir (2002). Teknik penerjemahan menurut Molina dan Albir (2002) terdiri atas 18 teknik, yaitu *adaptation, amplification, borrowing, calque, compensation, description, discursive creation, established equivalent, generalization, linguistic amplification, linguistic compression, literal translation, modulation, particularization, reduction/ommission, substitution, transposition, dan variation*. Namun, teknik penerjemahan yang terjadi sejauh ini digunakan ada dua (2), yaitu *established equivalent* dan *transposition*. Oleh karena itu, dalam artikel ini hanya dijelaskan teknik penerjemahan *established equivalent, reduction/ommission, dan transposition*.

Tabel 6. Data Teknik Penerjemahan

| Jenis Afek | Teknik Penerjemahan | Jumlah |
|--------------|------------------------|--------|
| Disclination | Transposition | 1 |
| Happiness | Reduction | 1 |
| Security | Established Equivalent | 2 |
| | Transposition | 1 |
| Satisfaction | Established Equivalent | 11 |

Teknik Penerjemahan *Transposition*

Teknik penerjemahan ini memungkinkan penerjemah untuk menerjemahkan dengan melakukan perubahan kategori gramatikal (Catford, 1965 dalam Putri, 2024). Perubahan yang dimaksud dapat terjadi pada perubahan tataran kelas kata, perubahan posisi, perubahan satuan lingual kata menjadi frasa, perubahan satuan lingual frasa menjadi klausa, atau perubahan satu klausa menjadi dua. Dalam penelitian ini, terdapat dua (2) data yang menggunakan teknik penerjemahan *transposition*.

Tabel 7. Teknik *Transposition*

| Jenis Afek | Teknik Penerjemahan | Jumlah |
|--------------|---------------------|--------|
| Disclination | Transposition | 1 |
| Security | Transposition | 1 |

Contoh dari penggunaan teknik ini dalam data adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Data Teknik *Transposition*

| No. Data | BSu (Bahasa Sumber) | BSa (Bahasa Sasaran) | Teknik Penerjemahan |
|---------------|--|---|--|
| RA/270824/L6 | Pada momen ini, ribuan masyarakat lokal yang mengarak rombongan kirab berjalan membawa obor (dian) sehingga menambah suasana mistik . | <i>At this moment, thousands of local people who parade the procession carry torches (dian) which adds to the mystical atmosphere.</i> | Transposition ⇒ Terjadi perubahan pada kelas kata nomina menjadi kelas kaya adjektiva. |
| RA/270824/L11 | Wisata arung jeram menggunakan wahana ban karet atau populer dikenal sebagai river tubing ini berlokasi di lereng Gunung Wilis yang subur dan dingin. | <i>White water rafting tourism using rubber tire rides or popularly known as river tubing is located on the slopes of Mount Wilis which are fertile and cold.</i> | Transposition ⇒ Terjadi perubahan pada kelas kata adjektiva menjadi kelas kata adverbial. |

Hasil terjemahan dengan menggunakan teknik penerjemahan *transposition* tidak menyebabkan perubahan makna afek *disclination* dan *security*. Hanya saja, dari perubahan kelas kata yang terjadi pada Data RA/270824/L6 menunjukkan adanya kesalahan gramatikal pada teks bahasa sumber, yaitu memang seharusnya setelah kata **suasana** adalah kata adjektiva **mistik** untuk menerangkan inti kata **suasana**. Keunggulan dari teknik penerjemahan ini (oleh mesin penerjemah) adalah juga untuk mengidentifikasi adanya kesalahan gramatikal pada bahasa sumber atau tidak.

Teknik Penerjemahan *Reduction*

Teknik ini digunakan untuk mengurangi atau menghilangkan informasi pada teks sasaran. Dalam penelitian sejauh ini, terdapat satu data yang menunjukkan adanya *reduction*, yaitu dengan dihilangkannya terjemahan untuk istilah **rona** (afek *happiness*).

Tabel 9. Data Teknik *Reduction*

| No. Data | BSu (Bahasa Sumber) | BSa (Bahasa Sasaran) | Teknik Penerjemahan |
|--------------|---|--|---------------------|
| RA/270824/L4 | Pada cuaca cerah anda dapat menikmati rona langit senja yang jingga antara pukul 17.00-18.30 sebelum | <i>In clear weather, you can enjoy the orange hue of the twilight sky between 17:00-18:30 before dark.</i> | Reduction |

Oleh karena itu, telah terjadi pergeseran makna afek *happiness* dari kata rona menjadi tidak ada. Istilah tersebut memang bisa saja terwakilkan oleh istilah *the orange hue of the twilight sky*, namun ungkapan perasaan *happiness* itu menjadi tidak ada, sehingga kurang begitu membangkitkan perasaan bahagia saat melihat **rona** senja.

Teknik Penerjemahan *Established Equivalent*

Teknik penerjemahan *established equivalent* (padanan lazim) merupakan teknik yang digunakan untuk menerjemahkan suatu istilah atau ekspresi (perasaan, emosi) secara sepadan dalam bahasa sasaran. Istilah sepadan yang dimaksud adalah suatu istilah yang tidak diterjemahkan secara *literal* (langsung), melainkan mencari kesepadannya di dalam bahasa sasaran. Contohnya "Aku **pilek**" diterjemahkan menjadi "*My nose is running*". Istilah *running* bukan berarti **berlari**, namun kesepadanan untuk istilah **pilek**. Dalam penelitian ini, terdapat 14 data yang menggunakan teknik penerjemahan ini.

Tabel 10. Teknik *Established Equivalent*

| Jenis Afek | Teknik Penerjemahan | Jumlah |
|--------------|------------------------|--------|
| Security | Established Equivalent | 2 |
| Satisfaction | Established Equivalent | 12 |

Data pada nomor [4] (afek *security*) dan [5] (afek *satisfaction*) di atas adalah contoh dari penggunaan teknik penerjemahan *established equivalent* karena menerjemahkan dengan menggunakan padanan istilah pada bahasa sasaran.

Data 11. Data Teknik *Established Equivalent*

| No. Data | BSu (Bahasa Sumber) | BSa (Bahasa | Teknik |
|---------------|--|--|------------------------|
| | | Sasaran) | Penerjemahan |
| RA/270824/L12 | Destinasi wisata yang mulai dikenal sejak tahun 2016 ini kini menjelma menjadi destinasi yang selalu ramai kala libur tiba. | <i>This tourist destination which has been known since 2016 has now transformed into a destination that is always crowded when the holidays arrive.</i> | Established equivalent |
| RA/270824/L14 | Tiket masuknya pun sangat terjangkau , yaitu Rp. 5000,- per orang. | <i>The entrance ticket is also very affordable, which is IDR 5,000 per person.</i> | Established equivalent |

Hasil terjemahan yang terjadi pada kedua data di atas tidak menyebabkan terjadinya pergeseran makna afek *security* dan *satisfaction*.

3.2 Pembahasan

Dari temuan di atas, peneliti membahas hasil analisis dan membandingkannya dengan penelitian terdahulu yang relevan. Pertama, hasil penelitian menunjukkan adanya 1 jenis afek *happiness*, 1 jenis afek *disclination*, 3 jenis afek *security*, dan 11 jenis afek *satisfaction*. Dari temuan data linguistik tersebut, peneliti kemudian mengidentifikasi teknik penerjemahan yang digunakan oleh setiap jenis afek yang ditemukan, yaitu 2 data untuk teknik *transposition*, 1 data untuk teknik *reduction*, dan 14

data untuk teknik *established equivalent*. Kedua, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan mesin penerjemah juga tetap berpengaruh kepada realisasi afek dalam terjemahan pada teks sasaran. Sejauh ini, terdapat 1 data yang menunjukkan ada pergeseran makna afek karna ungkapan perasaan tersebut tidak diterjemahkan oleh *Google Translate*. Dari ketiga teknik penerjemahan yang digunakan, satu teknik penerjemahan dapat menunjukkan adanya kesalahan gramatikal pada teks sumber. Hal ini berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya (Wu, 2018; Finalia, 2022; Isti'anah, 2021; Putri, dkk., 2024) yang meneliti hasil terjemahan manusia, penelitian ini menunjukkan kelebihan lain dari penggunaan mesin penerjemah, yaitu untuk mengidentifikasi kesalahan gramatikal pada bahasa sumber, namun juga memiliki kelemahan dengan adanya aspek perasaan yang dihilangkan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan kelebihan dan kelemahan dari penggunaan mesin penerjemah otomatis dalam menerjemahkan suatu teks promosi pariwisata. Meskipun sebagian besar makna afek tidak mengalami pergeseran maknanya, namun tetap saja ada ungkapan perasaan yang mengalami perubahan makna, sehingga dapat mengurangi daya tarik sebuah destinasi/objek wisata.

Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan untuk mengkombinasikan antara mesin penerjemah dan manusia penerjemah untuk menghasilkan suatu terjemahan teks promosi pariwisata yang dapat memikat perhatian wisatawan asing. Selain itu, penelitian ini masih terbatas pada teknik penerjemahan, maka perlu diadakan penelitian yang lebih kompleks untuk menilai kualitas suatu terjemahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, W.S., & Saragih, F.A. (2021). Analisis kualitas terjemahan teks bahasa Jepang ke bahasa Indonesia dengan Bing translator. *Klausa: Kajian Linguistik, Pembelajaran Bahasa, dan Sastra*, 5(1), 45-62. DOI: <https://doi.org/10.33479/klausa.v4i02.408>
- Catford, J. C. (1965). *A Linguistic Theory of Translation: An Essay in Applied Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Finalia, C., Nababan, M.r., Santosa, R., & Djatmika. An appraisal theory approach to translation of body parts of women on the novel "Lelaki Harimau" by Eka Kurniawan. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 254, 41-45. DOI: 10.2991/conaplin-18.2019.223
- Isti'anah, A. (2021). Attitudinal Language of Flora and Fauna Discourse on an Indonesian Tourism Website: Appraisal in Ecolinguistics. *Parole: Journal of Linguistics and Education*, 11(2), 163-174. DOI: <https://doi.org/10.14710/parole.v11i2.163-174>
- Martin, J. R., & Rose, D. (2007). *Working with discourse: Meaning beyond the clause*. Continuum.
- Martin, J.R., & White, P.R.R. (2005). *The Language of Evaluation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Molina, L., Albir, H. A. (2002). Translation techniques revisited: a dynamic and functionalist approach. *Meta: Journal des traducteurs*, 47(4), 498-512. DOI: 10.7202/008033ar
- Nababan, M.R. (2008). Kompetensi penerjemahan dan dampaknya pada kualitas terjemahan. Pidato Pengukuhan Guru Besar Penerjemahan, Fakultas Sastra dan Seni Rupa. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Nababan, M.R. (2016). *Teori Menerjemah Bahasa Inggris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nababan, M.R., Nuraeni A., Sumardiono. (2012). Pengembangan model penilaian kualitas terjemahan.

Kajian Linguistik dan Sastra, 24(1), 35-57.

- Neubert, A. (2000). Competence in language, in languages, and in translation. Dalam Achaffner, C. and Adab, B. (peny.). *Developing Translation Competence*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 3-18.
- Putri, D.K. (2024). Realisasi makna logikal melalui hubungan konjungtif dalam terjemahan buku cerita anak jenjang pembaca dini hingga pembaca madya pada website penjenjang. Tesis, Fakultas Ilmu Budaya. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. URI: <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/116626/Realisasi-Makna-Logikal-Melalui-Hubungan-Konjungtif-dalam-Terjemahan-Buku-Cerita-Anak-Jenjang-Pembaca-Dini-hingga-Pembaca-Madya-pada-Website-Penjenjang>
- Santosa, R. (2021). *Dasar-dasar Metode Penelitian Kualitatif Kebahasaan*. Surakarta: UNS Press.
- Santosa, R. (2023). *Genre dan Register untuk Penelitian dan Pengajaran*. Surakarta: UNS Press.
- Spradley, J.P. (1980). *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Suryaningtyas, V.W., Nugroho, R.A., Cahyono, S.P., Nababan, M.R., & Santosa, R. (2019). Appraisal in bilingual tourism information media: developing an SFL-based translation model. *ASIAN TEFL*, 4(1), 1-12. DOI: 10.21462/asianteftl.v4i1.65
- Wu, G. (2018). Official websites as a tourism marketing medium: A contrastive analysis from the perspective of appraisal theory. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 164-171. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.09.004>