



POLITEKNIK NEGERI MALANG

JURNAL LINGUISTIK TERAPAN

**Volume 5
Nomor 1
Mei 2015**

**ISSN:
2088-2025**

Manifestasi Wanita dalam Budaya Patriarki: Ideologi dalam *Serat Candraning Wanita* dan Refleksi pada Iklan Era Modern

Joan Isma Ayu Astri Fachrani, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya Malang (1-14)

Model Pengalihbahasaan Buku Teks Bidang Ekonomi dan Keuangan Berbahasa Inggris ke Bahasa Indonesia: Analisis Akurasi Terjemahan Buku *Marketing Management* dan *Fundamentals of Financial Management*, Ade Sukma Mulya, Ina Sukaesih, Nur Hasyim, Politeknik Negeri Jakarta (15-39)

Peran Kelompok Nomina (Linguistik Sistemik Fungsional) Dalam Penilaian Keakuratan Terjemahan Teks Bidang Sains (Analisis keakuratan terjemahan teks yang mengandung istilah sistem informasi dan manajemen dalam buku pengantar *Sistem Informasi dan Manajemen Perspektif Bisnis Manajerial*

Nurdin Bramono, Prodi Bahasa dan Sastra Inggris, Unipdu Jombang (40-47)

Analisis Teknik dan Kualitas Terjemahan Tindak Tutur *Memprotes* dalam Novel *Stealing Home*,

Irita Fitriana, Universitas Pesantren Tinggi Darul U'lum Jombang (48-55)

Text Linguistics and Skopos Theory and Their Application in Translation Teaching

Sugeng Hariyanto, State Polytechnic of Malang (56-67)

Pembelajaran Inovatif untuk Meningkatkan Pembelajaran Bahasa Inggris yang Efektif

Imam Mudofir, Program Studi Teknik Elektronika Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Malang (68-81)

Alamat Redaksi:

UPT Bahasa,

Politeknik Negeri Malang

Jl. Soekarno Hatta No. 9

PO Box 04

Malang 65145

Telp. (0341) 404424, 404425

Ext. 1412

Fax. (0341) 404420

email: kunmustain@gmail.com





JURNAL LINGUISTIK TERAPAN

Jurnal Linguistik Terapan (JLT) terbit dua kali dalam setahun pada bulan Mei dan November yang berisi artikel ilmiah hasil penelitian atau kajian dalam bidang pengajaran bahasa, pembelajaran bahasa, pemerolehan bahasa, sosiolinguistik, psikolinguistik, penerjemahan, analisis wacana, pragmatik, bilingualisme, linguistik kontrastif, multilingualisme, komunikasi multilingual, leksikografi, linguistik komputasional, komunikasi berbantuan komputer, linguistik forensik, dan lain-lain, serta dan tinjauan buku dalam bidang-bidang tersebut.

Penanggung Jawab

Direktur Politeknik Negeri Malang

Pembina

Pembantu Direktur I

Direktur Jurnal

Drs. Kun Mustain M.Pd.

Ketua Penyunting

Dr. Sugeng Hariyanto, M.Pd.

Mitra Bestari

Prof. Dr. Abbas Achmad Badib, M.A., M.A. (UNESA)

Prof. Dr. Muh. Ainin, M.Pd. (UM)

Dr. Yazid Bastomi, M.A. (UM)

Dr. Hanafi, M.Pd (Univ.Muhammadiyah Jember)

Dr. Ade Sukma Mulya, M.Pd. (Politeknik UI)

Dra. Ani Purjayanti, M.A. (IPB)

Dra. Yani Adyawardhani, M.Ed. Admin., M.Pd. (Polban)

Penyunting Pelaksana

Dr. Esther Hesline Palandi, M.Pd.

Siti Rohani, Ph.D.

Drs. Nur Salam, M.Pd.

Kesekretariatan

Hilda Cahyani, S.S., M.Pd.

Cetak dan Distribusi

Bambang Suryanto, S.Pd., M.Pd.

Perancang Sampul dan Tata Letak

Drs. Zubaidi, Dip.TESL.

Penerbit

UPT Bahasa, Politeknik Negeri Malang

Alamat Redaksi

UPT Bahasa

Jl.Sukarno Hatta PO. Box 04 Malang (65101)

Telp. (0341) 404424-404425 Pes. 1412

Fax. (0341) 404425

Email: kunmustain@ymail.com

ISSN: 2088-2025

JLT menerima tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain. Syarat-syarat, format, dan aturan tata tulis artikel sebagaimana pada sampul belakang dalam. Penyunting dapat melakukan perubahan pada tulisan yang dimuat untuk keseragaman format tanpa mengubah maksud dan isinya.



DAFTAR ISI

Manifestasi Wanita dalam Budaya Patriarki: Ideologi dalam <i>Serat Candraning Wanita</i> dan Refleksi pada Iklan Era Modern	1-14
Joan Isma Ayu Astri Fachrani, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya Malang	
Model Pengalihbahasaan Buku Teks Bidang Ekonomi dan Keuangan Berbahasa Inggris ke Bahasa Indonesia: Analisis Akurasi Terjemahan Buku <i>Marketing Management</i> dan <i>Fundamentals of Financial Management</i>,	15-39
Ade Sukma Mulya, Ina Sukaesih, Nur Hasyim, Politeknik Negeri Jakarta	
Peran Kelompok Nomina (Linguistik Sistemik Fungsional) Dalam Penilaian Keakuratan Terjemahan Teks Bidang Sains (Analisis keakuratan terjemahan teks yang mengandung istilah sistem informasi dan manajemen dalam buku pengantar <i>Sistem Informasi dan Manajemen Perspektif Bisnis Manajerial</i>	40-47
Nurdin Bramono, Prodi Bahasa dan Sastra Inggris, Unipdu Jombang	
Analisis Teknik dan Kualitas Terjemahan Tindak Tutur <i>Memprotes</i> dalam Novel <i>Stealing Home</i>,	48-55
Irta Fitriana, Universitas Pesantren Tinggi Darul U'lum Jombang	
Text Linguistics and Skopos Theory and Their Application in Translation Teaching	56-67
Sugeng Hariyanto, State Polytechnic of Malang	
Pembelajaran Inovatif untuk Meningkatkan Pembelajaran Bahasa Inggris yang Efektif	68-81
Imam Mudofir, Program Studi Teknik Elektronika Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Malang	

MANIFESTASI WANITA DALAM BUDAYA PATRIARKI: IDEOLOGI DALAM SERAT CANDRANING WANITA DAN REFLEKSI PADA I KLAN ERA MODERN

Joan Isma Ayu Astri Fachrani

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya Malang

Abstrak

Budaya patriarki merupakan perwujudan ideologi hegemoni, di mana pria sebagai pihak dominan berhak menentukan persetujuan sosial pada wanita sebagai pihak subordinat. *Serat Candraning Wanita* adalah salah satu naskah kuno yang merefleksikan budaya patriarki pada budaya Jawa. Dalam naskah ini, perempuan digolongkan menjadi 33 jenis serta dijelaskan ciri fisik, alat kelamin, hingga watak. Wanita digambarkan sebagai objek sehingga dapat ditentukan konsepnya. Ideologi ini kemudian dipertahankan di era modern, konsep penampilan fisik serta peran wanita dijadikan komoditas. Ideologi ini dipertahankan agar persetujuan sosial dan posisinya tidak bergeser, bila hal tersebut bergeser maka wanita akan menolak kodratnya dan mengambil kembali kuasa atas tubuhnya.

Kata Kunci: *budaya patriarki, ideologi hegemoni, femininitas, Serat Candraning Wanita*

Kebudayaan adalah sisi yang tak terpisahkan dari masyarakat. Secara ternaturalisasikan, masyarakat di berbagai belahan dunia mengkonstruksikan diri mereka dalam budaya patriarki di mana pria sangat diagungkan dan diunggulkan dengan sisi maskulinitasnya sementara peran wanita dengan sisi femininitasnya hanya sebagai pelengkap pria atau subordinat. Perbedaan gender antara maskulin dan feminim dalam budaya patriarki sangat kentara, serta dapat ditemukan perbedaan gender ini pada masyarakat di berbagai belahan dunia. Salah satu masyarakat yang menganut budaya patriarki adalah masyarakat yang hidup dalam budaya Jawa.

Di dalam budaya Jawa, maskulinitas dan femininitas bukanlah status yang

diberikan sedari lahir, tetapi lebih kepada konstruksi sosial. Hal ini bagai dua kutub yang berbeda atau bagai suatu busur yang nilainya bila ditarik masing-masing akan memberikan derajat maskulinitas dan feminitas yang berbeda. Darwin (1999) menyatakan bahwa sosok maskulin yang ideal menurut orang Jawa adalah *lelananging jagad* yang sakti, tampan dan banyak istri, seperti layaknya Arjuna, sang tokoh pewayangan yang merupakan salah satu anggota dari Pandawa, yang selalu menang di setiap medan perang, dan selalu memenangkan hati setiap dewi.

Dalam budaya Jawa, pria ideal adalah pria yang memiliki *benggol* (uang) dan *bonggol* (kejantanan seksual). Di balik dominasi pria ini lah posisi wanita dipertanyakan, maka di mana sejatinya posisi

wanita? Dalam kultur ini wanita adalah milik atau objek dari pria yang sejajar dengan *bondo* (harta), *griyo* (istana atau rumah), *turonggo* (kendaraan), *kukilo* (burung, binatang peliharaan, bunyi-bunyian), dan *pusoko* (senjata atau kesaktian) (Darwin, 1999). Adapun kata wanita (*wanita*) dalam budaya Jawa berasal dari kata *wani* atau berani dan *ditata* yang berarti diatur, sehingga artinya seorang wanita adalah sosok yang berani ditata atau diatur, sehingga kata wanita lebih digunakan daripada kata perempuan karena kata tersebut lebih dekat dengan kesadaran praktis masyarakat Jawa (Handayani, dkk., 2008). Darwin (1999) kemudian menegaskan bahwa penguasaan terhadap wanita (*wanita*) adalah simbol kejantanan seorang pria. Dalam hal ini wanita pun tidak mempunyai independensi karena ketundukan, ketergantungan, dan kepasrahan wanita terhadap pria adalah simbol kemuliaan hati seorang wanita Jawa. Dari berbagai istilah budaya Jawa tersebut dapat disimpulkan bahwa wanita secara tidak langsung ditempatkan sebagai objek, di mana laki-laki dalam posisi subjek dapat memberi konsep tentang bagaimana peran, tugas dan kedudukan wanita seharusnya.

Kedudukan wanita sebagai objek ini pula yang membuat pandangan terhadap wanita pada umumnya digambarkan dari sudut pandang pria sebagai subjek. Hal ini dapat terlihat dari berbagai literatur Jawa dan salah satunya adalah naskah (*autograph*) Jawa *Serat Candraning Wanita*. Literatur ini dapat digolongkan sebagai sebuah kumpulan wacana falogosentris. Menurut Lestari (2006) wacana falogosentris adalah teks yang falosentris (falus yang logosentris) atau bisa disebut sebagai wacana yang mengambil sudut pandang dari pria. Literatur Jawa ini menggambarkan secara gamblang ciri-ciri fisik (mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki serta alat kelamin) beserta watak wanita yang pantas dan ideal sebagai istri, secara tak langsung hal ini mendiskreditkan wanita sebagai objek yang bisa digolongkan kepada

jenis-jenis tertentu oleh pria yang berdiri sebagai subjek.

Hal yang bermula dari budaya patriarki inilah yang akhirnya mempengaruhi bagaimana wanita memandang dirinya, memberikan gambaran ideologi budaya patriarki terhadap wanita melalui sudut pandang naskah *Serat Candraning Wanita*. Pada masa modern ini, pandangan terhadap fisik maupun watak ideal wanita sebagai objek pun dijadikan komoditas. Peran gender dan kecantikan wanita pun terstandarisasi, sehingga secara tak sadar wanita mempunyai tuntutan untuk harus berusaha mereproduksi dan meraih standar dari kecantikan tersebut sebagai prestasi diri serta memenuhi konsep yang ditentukan oleh pria.

KAJIAN PUSTAKA

Ideologi dalam budaya patriarki merupakan salah satu ideologi hegemoni, di mana ideologi tersebut membenarkan penguasaan satu kelompok dominan terhadap kelompok subordinat. Norman Fairclough, seorang tokoh pendiri *Critical Discourse Analysis* atau Analisis Wacana Kritis dalam bukunya yang berjudul *Language and Power* (1989) menyatakan bahwa ideologi adalah sekumpulan ide yang sudah ditentukan dan diinterpretasikan sebagai kenyataan yang dianggap benar atau "kewajaran" dan disetujui oleh sekelompok orang yang digunakan untuk mengatur kehidupan masyarakat tertentu. Dalam pengaruh ideologi ada unsur pemaksaan (*coercion*) maupun persetujuan serta dominasi di dalamnya yang tersamarkan bahwa unsur tersebut memang wajar ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Dominasi ideologi ini dapat terjadi berdasarkan perbedaan antar jenis kelamin (pria atau wanita), agama, ras, atau kelas ekonomi. Darwin (1999) menyebutkan tiga asumsi dasar yang mendasari ideologi hegemoni ini:

1. Kesepakatan-kesepakatan sosial yang sesungguhnya hanya menguntungkan

kepentingan kelompok yang dominan cenderung dianggap mewakili kepentingan semua orang.

2. Ideologi hegemonis seperti ini merupakan bagian dari pemikiran sehari-hari, cenderung diterima apa adanya (*taken for granted*) sebagai sesuatu yang memang demikianlah semestinya.
3. Dengan mengabaikan kontradiksi yang sangat nyata antara kepentingan kelompok yang dominan dengan kelompok subordinat, ideologi seperti ini dianggap sebagai penjamin kohesi dan kerjasama sosial, sebab jika tidak demikian yang terjadi justru suatu konflik.

Dari penjelasan di atas dapat disebutkan bahwa ideologi sejatinya adalah sebuah konvensi sosial yang dianggap sebagai pemikiran yang memang diterima sebagai bentuk kerjasama sosial yang dianggap sudah sewajarnya dan begitu adanya. Ideologi adalah elemen kunci dalam membentuk kekuasaan kaum dominan dan mengendalikan kaum subordinat. Secara spesifik, ideologi adalah identitas yang kuat yang dimiliki oleh budaya, agama dan kepercayaan, masyarakat, negara, kelas sosial, partai politik, perkumpulan sosial, dan lain sebagainya. Sebagai contoh adalah ideologi yang diyakini dan dijadikan pedoman warga negara Indonesia yaitu Pancasila, atau ideologi dalam ajaran agama Islam yang digunakan sebagai pedoman maupun mengatur jalannya kehidupan umat Islam. Dapat dijelaskan bahwa kekuasaan ideologi adalah kekuasaan yang memproyeksikan praktek-praktek dari seseorang maupun sekelompok orang menjadi sesuatu yang universal dan 'umum'.

Selanjutnya dalam hal ini yang dibahas lebih lanjut adalah ideologi patriarki dalam dominasi kekuasaan antara pria dan wanita, di mana wanita pada posisi subordinat tidak memiliki ruang yang memadai dalam dominasi pria. Dapat diketahui bahwa pria dan wanita didapati berbeda dalam hal

gender. Lips (1988) mendefinisikan gender sebagai ideologi (yang tidak berkesinambungan) dan relasi materi yang muncul diantara sekelompok orang-orang yang disebut 'pria' dan sekelompok orang-orang yang disebut wanita. Fakhri (1996) menyatakan bahwa gender adalah sebuah konstruksi sosio-kultural tentang definisi pria dan wanita.

Gender selalu identik dengan dua konsep, yaitu 'maskulin' dan 'feminin' yang selalu dikaitkan dengan konstruksi sosio-kultural dan ekspektasi bagaimana pria dan wanita 'harus' berkelakuan. Sebagai contoh, kita dapat merelasikan hal ini dengan konstruksi sosial 'feminitas' dalam budaya Jawa. Beberapa bukti menunjukkan bahwa banyak aspek dalam gender yang tidak dibawa sejak lahir '*innate*'. Sebagaimana dibuktikan oleh anak-anak yang tumbuh dalam masyarakat patriarki di komunitas Jawa, bagi seorang wanita ketika masih kecil, sangat 'dilarang' untuk tertawa hingga terlihat giginya atau bahkan berteriak karena hal tersebut adalah *Pamali!* (Sangat dilarang untuk dilakukan), bahkan, ia harus tetap tenang dan mengikuti apa yang orang tua ia katakan (Hermawati, 2007). Contoh lainnya adalah wanita dilarang oleh orangtuanya makan terlampaui banyak karena akan mempengaruhi bentuk tubuhnya maupun bertingkah laku kelaki-lakian karena dapat dikategorikan tidak pantas untuk pria atau suaminya. Bahkan dalam faktanya, keluarga atau lingkungan dari wanita itu sendiri merasa sebagai keharusan untuk ikut berpartisipasi dalam 'mendidik' seorang wanita.

Dalam budaya Jawa pula terdapat konstruksi sosial wanita Jawa yang sering disebut *kanca wingking*, di mana seorang wanita menggantungkan seluruh jiwa-raganya pada sang suami yang bertugas *meladeni* sang suami dan tak terkecuali tugas mendidik anak-anaknya. Berdasarkan Zuntriana (2006), budaya patriarki ini lah yang berkontribusi besar untuk memarginalisasikan wanita dalam peran

gender yang nampaknya ditentukan sepenuhnya oleh konstruksi sosio-kultural, contohnya seperti *kanca wingking* tersebut. Wanita dalam peran gendernya pula diposisikan sebagai lawan pria secara biologis dan juga sebagai pelengkap pria (esensial). Wanita kemudian menjadi warga seks kedua di masyarakat, sebuah konsep berkelanjutan yang dikonstruksikan oleh masyarakat patriarki.

Faktanya, kehadiran wanita memang hanya dianggap sebagai pelengkap dari pria, dan ditemukan beberapa istilah-istilah yang mendukung hal tersebut. Sebagai contoh, terdapat istilah 3M dalam budaya Jawa, yaitu *manak* (melahirkan keturunan), *macak* (berdandan), dan *masak* (memasak); serta istilah-istilah lain seperti, *dapur* (dapur atau memasak), *pupur* (bedak atau berdandan), *kasur* (tempat tidur atau melayani suami), dan *sumur* (sumur atau mencuci). Istilah-istilah tersebut sangat melekat pada para wanita hingga sekarang, karena sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa penguasaan terhadap wanita adalah simbol dari kekuasaan pria. Zuntriana (2006) mengatakan bahwa wanita yang bergantung dan membutuhkan perlindungan serta dukungan pria justru merupakan contoh dari wanita yang baik dalam kultur Jawa. Pernyataan dari Zuntriana tersebut berkaitan dengan pula dengan pemahaman ideologi secara interior menurut Fairclough (1989) di mana kelompok subordinat dari ideologi patriarki ini harus menyetujui dan menerima apa yang ditentukan kaum dominan sebagai dasar pemikiran dalam ideologi yang ada.

Ideologi dalam budaya patriarki ini seringkali ditemukan dalam naskah-naskah tradisional yang terdapat dalam daerah yang menganut budaya patriarki di berbagai belahan dunia, salah satunya adalah budaya Jawa. Pada naskah-naskah tradisional, sering ditemukan adanya naskah naratif yang mengambil sudut pandang pria (falogosentris), salah satu contohnya adalah naskah tradisional Jawa yang berjudul *Serat Candraning Wanita* yang akan dikaji lebih

lanjut. Naskah ini merupakan naskah literatur Jawa sebagai panduan kepada pria untuk memilih wanita sebagai calon istri yang ideal dan pantas berdasarkan ciri fisik dan kelaminnya. Dengan kata lain, ideologi patriarki akan eksploitasi tubuh dan peran gender wanita sebagai objek sudah ada sejak lama. Bahkan, ideologi ini masih dipertahankan hingga di era modern oleh kaum-kaum yang dominan agar posisinya tidak tergeser dan agar keseimbangan sosial tetap terjaga seimbang.

Lambat laun ideologi atas eksploitasi tubuh dan peran gender wanita oleh kaum dominan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat patriarki menjadi fenomena yang muncul pada ranah baru, yaitu sebagai komoditas dalam iklan produk rumah tangga dan iklan kecantikan wanita yang membombardir media. Nampaknya para produsen menyadari bahwa dengan mengambil ideologi yang dominan bertumbuh dalam masyarakat akan lebih menarik konsumen yang sebagian besar adalah wanita dan ibu rumah tangga, karena ideologi tersebut memang sudah dipahami sebagai kewajaran yang memang sebagaimana adanya dan itulah konsep yang memang sudah ada dalam masyarakat.

PEMBAHASAN PANDANGAN MENGENAI WANITA DALAM SERAT CANDRANING WANITA

Gambaran ideal tentang wanita tidak hanya muncul pada era modern, tetapi sudah muncul sejak beberapa waktu lampau. Ada beberapa naskah literatur Jawa yang menggambarkan wanita, di antaranya adalah *Serat Candraning Wanita*, *Serat Rerepen Warna-warni*, *Serat Rerepen*, *Tjandra Wanita*, *Piwulang Warna-warni*, *Serat Wiwasat*, *Serat Klempakan*, *Serat Wulang Sunu*, *Serat Wirasating Pawestri*, *Serat Warnasari*, *Serat Primbon*, *Serat Kidungan*, dan *Serat Primbon*. Salah satu naskah yang menggambarkan wanita secara detail adalah *Serat Candraning Wanita*. Naskah ini merupakan naskah *autograph* yang dipesan

oleh Ir. J. L. Moens di Yogyakarta pada tahun 1930-an, nama pengarang rupanya tidak diketahui serta tidak ada informasi lebih lanjut tentang pengarang meski naskah ini pernah diteliti pula oleh seorang Profesor bernama Prof. Dr. Edwin Paul Wieringa yang mengajar *Indonesian Philology and Islamic Studies* di University of Cologne. Lebih lanjut naskah ini berisi tentang deskripsi fisik tubuh seorang wanita yang ideal, pantas dan baik untuk dijadikan istri (Bonita, 2012).

Naskah *Serat Candraning Wanita* adalah naskah yang memiliki ciri-ciri sebagai teks primbon, khususnya mengenai *katuranggan*. *Katuranggan* adalah teks yang berisi tentang deskripsi seseorang atau binatang yang berfungsi sebagai penilai (Endraswara, 2010). Primbon diyakini dalam budaya Jawa dan merupakan bagian dari kebudayaan masyarakat yang lekat hubungannya dengan kehidupan sehari-hari. Menurut Endraswara (2010) umumnya primbon berisi tentang aneka ragam pengetahuan terkait dengan kehidupan sehari-hari, seperti tafsir mimpi, *wedal* (hari lahir), *wektu* (waktu), *samagaha* (gerhana), *katuranggan*, *katumbiri* (perhitungan jodoh), dan *petungan* (perhitungan).

Selain naskah *Serat Candraning Wanita*, cukup banyak naskah-naskah lain yang berkaitan tentang primbon dan membahas tentang wanita, seperti *Serat Mustikaning Kidung*, *Serat Rerepen Warna-warni*, dan *Serat Candrarini* yang berisi pembahasan mengenai sosok wanita yang baik untuk dijadikan seorang istri, termasuk ajaran membina rumah tangga dan bersenggama yang baik. Ada pula *Serat Wiwasat* yang membahas tentang karakter melalui tanda yang didapat pada tubuh seseorang atau binatang. Terdapat pula *Serat Klempakan Warna-warni*, *Serat Lambang Pusaka*, *Serat Wiwasating Manungsa*, *Serat Warnasari*, dan *Serat Piwulang Warna-warni* yang mendeskripsikan fisik seorang wanita. Hingga saat ini sudah terdata sekitar 18 naskah kuno Jawa tentang wanita dan umumnya mendeskripsikan fisik (Bonita,

2012).

Serat Candraning Wanita menjadi naskah yang terpilih untuk dibahas karena menceritakan secara detail tentang penandaan atau pendeskripsian fisik wanita beserta karakternya secara rinci yang dapat dijadikan panduan para pria untuk mencari istri. Naskah ini terdiri dari lima bagian dan terdapat pula daftar isi penyebutan nama jenis-jenis wanita sebanyak 33 nama yang didasarkan pada bentuk perawakan fisik dan warna kulit beserta wataknya. Berikut ini adalah 33 penamaan jenis wanita dalam *Serat Candraning Wanita*:

1. *Candra Wela*
2. *Raseksi Durga*
3. *Retna Kancana*
4. *Koncang Lelasan*
5. *Kunci Kancana*
6. *Kusumastuti*
7. *Durga Sari*
8. *Durga Sori*
9. *Durga Mangsah*
10. *Durga Ngerik*
11. *Tarabas*
12. *Tasik Madu*
13. *Surya Surup*
14. *Sri Tumurun*
15. *Wulan Andhadhari*
16. *Pandhan Kanginan*
17. *Lintang Karahinan*
18. *Padma Nagara*
19. *Padmari Leledhang*
20. *Puspa Wicitra*
21. *Madu Guntur*
22. *Madu Pinastika*
23. *Menyan Cinandhi*
24. *Menjangan Ketawan*
25. *Mutyara*
26. *Mrica Pecah*
27. *Gedang Seta*
28. *Pedaringan Kebak*
29. *Guntur Madu*
30. *Ngembat Lawung*
31. *Amurwa Tarung*
32. *Ngentrok Sari*
33. *Madurasa*

Selanjutnya ada beberapa contoh deskripsi jenis wanita dalam naskah *Serat Candraning Wanita* beserta terjemahannya dikutip dari Bonita (2012):

// *Retna Kencana. Pasuryan jene, rema akas sarta panjang, suku alit, dedeg pideksa, bathuk cekapan, tutuk semu ciyut. Watekipun setya tuhu dhateng laki. Bathuking baga semu ciyut saha bolonganing baga ugi ciyut, sarira katingal goring, pinunjul saresminipun 11*

Terjemahannya:

// Retna Kencana (wanita seperti emas permata) (ciri-cirinya): muka berwarna kuning, rambutnya panjang dan kasar, kakinya kecil, tubuhnya proporsional, dahinya pas, dan mulutnya agak kecil. (Wanita) seperti ini berwatak sangat setia kepada suami. (Wanita) ini memiliki (dahi) dan lubang vagina agak kecil, tubuhnya kurus namun unggul dalam bersenggama //

Salah satu pendeskripsian wanita yang pantas dijadikan istri di atas digambarkan secara detail mulai dari muka yang berwarna kuning (kuning langsung), rambut yang panjang dan kasar, kaki yang kecil, tubuh yang proporsional namun lebih condong ke kurus atau ramping, dahi yang juga proporsional, mulut yang kecil beserta watak yang setia kepada suami hingga dahi. Dideskripsikan pula bahwa wanita dengan jenis ini mempunyai lubang alat kelamin yang kecil serta unggul dalam bersenggama. Nama *Retna Kencana* yang bermakna wanita seperti emas permata ini adalah salah satu dari karakteristik wanita yang paling ideal dan sempurna dalam *Serat Candraning Wanita*. Dalam penggalan naskah di atas, pendeskripsian fisik seorang wanita tidak hanya disebutkan secara langsung, namun juga menggunakan nama lain untuk menyebut anggota tubuh yang dimaksud, semisal *bathuking baga* untuk membedakan kata dahi alat kelamin wanita dan dahi di kepala yang disebut pula sebagai *bathuk*.

Selanjutnya ada pula deskripsi jenis wanita dalam naskah *Serat Candraning Wanita* yaitu *Durga Sari*.

// *Durga sari. Pasuryan semu abrit, rema akas dedeg lencir, bathuking pasuryan wiyar manyul pakulitan goring, pawakan gilig, lathi tipis, sarira ugi tipis, suku gilig, kencet ramping, tutuk dhawah cekap wiyaripun. Watekipun tuhu trisna dhateng laki. Bathuking baga wiyar radi mungal, lambe ing baga tipis, bolonganing baga wiyar, boten sugih has sarta baga katingal mancung. Pinunjul ing saresminipun, kesating toyall*

Terjemahannya:

// *Durga Sari* (Ciri-cirinya): muka berwarna kemerah-merahan, rambutnya kasar, badan langsing, dahinya lebar dan agak maju, kulit kering, muka agak bulat panjang, lidah tipis, badannya juga tipis (kurus), kakinya bulat panjang, betisnya ramping, mulutnya cukup lebarnya. (Wanita seperti ini) berwatak mudah jatuh cinta kepada lelaki. (Wanita) ini memiliki (dahi) vagina lebar dan agak maju, bibir vagina tipis, lubang vagina luas, namun tidak berbulu. Vagina wanita ini maju ke depan (mancung) sehingga unggul dalam bersenggama, walaupun kurang lembab//

Pendeskripsian wanita di atas yang termasuk dalam nama *Durga Sari* ini digambarkan pula dengan sangat detail, kesamaan dengan *Retna Kencana* sebelumnya adalah proporsi badan yang cenderung kurus, langsing dan ramping. Selanjutnya wanita dalam penamaan ini digambarkan dengan muka yang berwarna kemerah-merahan, rambutnya kasar, dahinya lebar dan agak maju, kulitnya kering (tidak disebutkan dengan jelas warna kulitnya), muka agak bulat panjang (cenderung lonjong), lidahnya tipis, kakinya bulat dan panjang dengan betis yang ramping, serta mulutnya cukup lebarnya.

Wanita ini dideskripsikan memiliki dahi alat kelamin lebar dan agak maju, bibir alat kelaminnya tipis, lubang alat kelaminnya luas namun tidak berbulu. Wanita dengan ciri-ciri ini digambarkan unggul bersenggama meskipun *kesating toya* atau alat kelaminnya kurang lembab. Wanita dengan jenis ini digambarkan mudah jatuh cinta dengan laki-laki, dan dikhawatirkan akan bermain serong bila sudah berumah tangga dengan pasangannya. Sehingga harus dipertimbangkan benar oleh para pria untuk dijadikan istri karena kecenderungannya untuk berserong disebabkan oleh wataknya yang mudah jatuh cinta dan terpesona kepada laki-laki. Selanjutnya ada pula penamaan wanita berdasarkan ciri-ciri fisik dan wataknya yang bernama *Raseksi Durga* seperti berikut ini.

// *Raseksi Durga. Pakulitan jene, sarira abrit. Rema lemes, payudara ageng, dedeg ragil, pasuryan radi wiyar, bathuk wiyar tur radi nonong. Watekipun awon, tega dhateng lakipun. Bathuking бага wiyar tur manyul, karem sanget dhateng saresmi. Tiyang ingkang kasebut nginggil punika, bolonganing бага ciyut namung lebet, boten kathah hasipun, raos gonyehjl*

Terjemahannya:

// *Raseksi Durga* (Raksasa Wanita) (ciri-cirinya): Kulitnya berwarna kuning, tubuhnya berwarna merah, rambutnya lembut, payudaranya besar, tubuhnya kecil, mukanya agak lebar, dahi lebar dan agak nong-nong. (Wanita seperti ini) berwatak jelek dan tega kepada lelaki (suaminya). (Selain itu, wanita ini) memiliki (dahi) vagina yang lebar dan agak maju, (sehingga) sangat senang bersenggama. Orang (wanita) yang disebutkan di atas ini memiliki lubang vagina yang kecil dan dalam (namun) tidak berbulu (sehingga) rasanya hambar//

Penamaan jenis wanita di atas yaitu

Raseksi Durga yang berarti "raksasa wanita" dapat memberikan kesan negatif kepada wanita dengan ciri fisik dan watak dalam penamaan ini karena *Raseksi Durga* identik dengan tokoh antagonis dalam pewayangan yaitu *Bethari Durga* yang menyimbolkan kebatilan. Sebagaimana dijelaskan dengan detail dalam terjemahan penggalan naskah di atas ini, wanita ini mempunyai karakteristik tubuh yang sama dengan dua jenis wanita sebelumnya yaitu tubuhnya kecil meskipun dinamakan *Raseksi*. Kulitnya berwarna kuning (kuning langsung), tubuhnya berwarna kemerahan (bila terkena sinar matahari). Rambutnya lembut, payudaranya besar, tubuhnya kecil, mukanya agak lebar, dahi lebar dan agak nong-nong (maju).

Wanita dengan jenis ini terkenal berwatak kurang baik dan tega kepada suaminya sehingga dinamakan *Raseksi Durga*. Kemudian wanita ini mempunyai dahi alat kelamin yang agak lebar dan agak maju sehingga sangat senang bersenggama, namun lubang alat kelaminnya yang kecil dan dalam tersebut tidak berbulu hingga rasanya akan kurang memuaskan bila bersenggama dengan suaminya. Wanita dengan jenis penamaan ini adalah salah satu wanita yang disebut kurang pantas diantara jenis lainnya untuk dijadikan sebagai istri karena sikapnya yang tega dan kurang tunduk kepada suaminya, hal ini juga bertentangan dengan budaya Jawa karena ketundukan seorang wanita kepada suaminya adalah simbol kemuliaan wanita Jawa. Selanjutnya ada jenis penamaan *Puspa Wicitra* yang mempunyai ciri-ciri serta watak yang cukup berkebalikan dengan *Raseksi Durga* seperti yang dijelaskan dalam penggalan naskah dibawah ini.

// *Puspa Wicitra. Wanita ingkang andhap alit, ules cemeng, remanipun panjang, paraupun semu bunder kaduk manis, mripat Jait lindri semu liyep, lampahipun nyarpa lupa, payudara muntek cengkir gadhing, pangandikanipun kaduk lelah, manawi lenggah katingal tajem. Punika amratandhani wanita ingkang susila sarta wanita ingkang langkung prayogi*

manawi kangge timbangan. Watekipun bekti dhateng kakung sarta gemi nyimpen kadonyan. Pawestri ingkang kasebut nginggil punika boten gadhah manah arih yen dipunmaru lan kenging kawastanan puspa wicitra//

Terjemahannya:

// *Puspa Wicitra* (ci ri-ci ri nya): Wanita yang bertubuh pendek dan kecil, mukanya berwarna hitam, rambutnya panjang, bentuk mukanya agak bulat dan sedikit manis, matanya agak sipit dan panjang, badannya seperti ular (memiliki lekukan atau agak proporsional), payudara penuh seperti buah kelapa muda, bicaranya lemah lembut, bokong tajam (rasa jika dipangku). (Wanita) ini memiliki watak sopan dan bijaksana jika dimintai pendapat serta berbakti kepada lelaki (suami) dan hemat menyimpan harta. (Wanita seperti ini) dinamakan Puspa Wicitra//

Salah satu jenis wanita yang pantas dan ideal untuk dijadikan istri adalah wanita dengan jenis *Puspa Wicitra* seperti yang dideskripsikan oleh penggalan naskah di atas. Wanita dengan jenis seperti ini digambarkan bertubuh pendek dan kecil (cenderung kurus), mukanya berwarna hitam dengan rambut panjang, muka yang berbentuk agak bulat serta raut mukanya manis, matanya digambarkan agak sipit dan panjang, badannya mempunyai lekukan seperti ular dan agak proporsional (dalam istilah modern disebut mempunyai lekukan seperti gitar), payudaranya penuh seperti *cengkir gadhing* atau "kelapa muda" serta pantatnya tajam (penuh). Namun selanjutnya tidak ada penjelasan lebih lanjut mengenai alat kelamin wanita dengan jenis ini.

Wanita dengan jenis ini tidak hanya sempurna fisiknya namun juga berwatak baik kepada pria atau suaminya, tutur katanya lemah lembut, karakternya sopan dan bijaksana dalam berpendapat serta berbakti kepada suaminya. Kemudian digambarkan

pula hemat dalam menyimpan *kadonyan* atau harta benda sang suami. Sehingga wanita dalam jenis penamaan ini dapat dikatakan memenuhi syarat sebagai wanita yang disebut mulia dalam budaya Jawa, karena wataknya yang baik, tunduk dan berbakti kepada pria.

Dalam naskah *Serat Candraning Wanita* ini sosok wanita digolongkan dalam jenis-jenis tertentu kemudian digambarkan secara terperinci berdasarkan ciri-ciri fisik hingga wataknya. Bahkan alat kelamin wanita, payudara dan tabiat bersenggama pun dideskripsikan dalam naskah tersebut. Dari cuplikan beberapa jenis wanita di atas, dapat disimpulkan bahwa ada pola unik dalam penggambaran ciri-ciri fisik setiap wanita, yakni bentuk alat kelamin wanita yang dapat diketahui melalui bentuk kepala dan dahi; bentuk lubang alat kelamin wanita dapat ditentukan dari besar atau kecilnya bentuk mulut; kemudian bentuk alis juga dapat menentukan lebat atau tidaknya bulu kelamin wanita tersebut.

Sebagai contoh, jika dahi terlihat agak maju (nong-nong) maka kemungkinan menyimbolkan dahi alat kelaminnya yang juga agak maju dan jika dahinya sempit maka menyimbolkan dahi alat kelamin yang juga sempit, jika mulut terlihat agak kecil maka menyimbolkan lubang alat kelamin yang terlihat agak kecil pula, dan jika alisnya tipis dan terlihat agak kurang jelas, maka menyimbolkan bahwa wanita tersebut tidak mempunyai bulu pada alat kelaminnya. Ada pula pendeskripsian ciri fisik dominan tentang wanita yang pantas dijadikan istri, yaitu mempunyai tubuh yang kecil dan cenderung ramping dan kurus karena digambarkan tabiatnya unggul dalam bersenggama. Pendeskripsian tersebut terdengar cukup tabu karena wanita digambarkan sebagai objek yang ditentukan ciri-ciri fisiknya dan ciri alat kelaminnya.

Terdapat tiga karakteristik wanita yang dominan ditemukan dalam cuplikan beberapa jenis wanita di atas. Pertama, penampilan fisik wanita yang pantas

dijadikan istri ialah yang bertubuh kecil; pada beberapa jenis wanita dijelaskan lebih lanjut, yaitu wanita bertubuh yang kecil cenderung kurus, langsing, dan proporsional. Kedua, ciri yang dijelaskan secara dominan adalah alat kelamin wanita serta tabiatnya dalam bersenggama dengan pasangannya. Ketiga, watak wanita yang pantas dan baik dijadikan istri adalah wanita yang berwatak baik, sabar, pengertian, tunduk dan berbakti kepada suaminya.

Dari beberapa cuplikan naskah dalam *Serat Candraning Wanita* tersebut terdapat ideologi tersembunyi yang menyetujui wanita sebagai objek. Mengingat naskah ini yang termasuk dalam naskah primbon *katuranggan*, maka semakin menegaskan pula ideologi bahwa wanita adalah objek karena disejajarkan dengan pendeskripsian ciri-ciri fisik binatang. Selanjutnya, ditemukan pula bahwa beberapa karakteristik watak wanita yang pantas dijadikan istri pun menggambarkan wanita yang baik, sabar dan berbakti kepada suaminya karena hal ini dapat dikaitkan dengan peran wanita sebagai istri yang melayani suami dan anak-anaknya serta mengurus area rumah tangga. Bila wanita tersebut berwatak kurang baik, berani dan tega kepada suaminya maka dikhawatirkan tidak dapat mengurus suami, anak-anak dan rumah tangganya dengan baik, serta wanita tersebut dikhawatirkan pula akan berani menggeser posisinya dan perannya sebagai istri dan ibu.

Dalam penggalan naskah tersebut dapat diketahui pula bahwa penulis menyiratkan wacana ideologi pada budaya patriarki, di mana terdapat dominasi gender terhadap posisi wanita sebagai objek. Tidak dapat dipungkiri bahwa naskah Jawa *Serat Candraning Wanita* merupakan bentuk dari ideologi hegemoni yang terjadi dalam budaya patriarki, di mana peran pria yang maskulin dan dominan dalam ideologi ini berhak membuat kesepakatan-kesepakatan sosial dalam menggolongkan wanita kepada jenis-jenis tertentu mulai yang dianggap paling

pantas sebagai istri karena ciri-ciri fisiknya yang hampir sempurna, wataknya yang baik dan tunduk kepada suami, hingga wanita yang kurang pantas dijadikan istri karena ciri-ciri fisik serta wataknya yang kurang baik. Ideologi hegemoni seperti inilah yang nampaknya cenderung diterima oleh pemikiran masyarakat patriarki sebagai suatu kewajaran dan wanita harus menyetujuinya, karena pada kodratnya wanita memang harus dapat ditata oleh suaminya.

Maskulinitas yang mendominasi derajat feminitas ini memang terlihat kontradiksi di balik kenyataannya, namun kepentingan yang dominan dalam ideologi seringkali dipertahankan dan dianggap sebagai kerjasama sosial, di mana bila hal tersebut bila dilanggar maka akan terjadi suatu konflik sosial. Ideologi yang dipertahankan ini bukan tidak mungkin mendiskreditkan wanita sebagai objek atau warga kelas kedua karena sejatinya tidak pernah ada penggolongan wanita sebagai golongan kedua. Konsep tentang wanita pun akhirnya menjadi persetujuan sosial yang akan terbawa hingga ke era modern.

PANDANGAN MENGENAI WANITA DALAM IKLAN ERA MODERN

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa *Serat Candraning Wanita* menggolongkan wanita dalam jenis-jenis tertentu kemudian mendeskripsikan wanita berdasarkan ciri-ciri fisik hingga wataknya, sebagai panduan untuk kaum pria mencari sosok wanita yang pantas dan baik dijadikan istri. Hal ini merupakan pengaruh ideologi hegemoni dalam budaya patriarki di mana kaum pria yang dominan menetapkan dominasi mereka dengan memberikan konstruksi-konstruksi sosial tentang wanita yang nampaknya dipahami masyarakat sebagai sebuah kewajaran yang sebagaimana adanya. Lambat laun hal ini kemudian menjadi konvensi atau persetujuan sosial tentang bagaimana seharusnya karakteristik derajat feminitas dalam masyarakat yang kemudian di adaptasi sebagai komoditas

yang dapat diukur dan diperjual belikan. Hal ini dapat dilihat dalam era modern saat ini di mana ada persetujuan-persetujuan tentang penggambaran wanita dalam pemberitaan media maupun iklan.

Dari beberapa cuplikan jenis wanita dalam naskah *Serat Candraning Wanita* terdapat 3 karakteristik dominan wanita yang baik, ideal dan pantas dijadikan sebagai istri yaitu bertubuh kecil yang cenderung kurus dan proporsional, mempunyai ciri alat kelamin wanita yang dapat memuaskan suaminya, serta berwatak baik, penurut dan berbakti kepada suaminya. Karakteristik ini adalah yang dipercayai dan diyakini oleh masyarakat patriarki pada jaman naskah ini dituliskan. Dapat disimpulkan bahwa pada saat itu wanita harus memenuhi standar penampilan fisik di atas agar menarik perhatian pria (suaminya) serta wanita harus mempunyai karakteristik watak seorang wanita yang pantas sebagai istri seperti yang telah disebutkan karena merujuk kepada reproduksi peranan-peranan dan tugas-tugasnya dalam wilayah domestik. Karakteristik dominan terhadap wanita pada jaman itu kemudian saat ini diadaptasi dalam iklan-iklan yang sekarang beredar secara luas pada televisi nasional maupun televisi swasta.

Karakteristik penampilan fisik dan peran wanita yang telah sekian lama dipercayai masyarakat patriarki ini kemudian ditangkap oleh produsen produk kecantikan dan produk rumah tangga, yang kemudian digunakan sebagai media konstruksi produk dan komoditas seperti yang dapat terlihat di dalam iklan yang terdapat di televisi. Menurut Rani (2010), iklan pada umumnya berisi pesan-pesan penjualan yang dipilih sebagai paling persuasif dan diarahkan kepada para calon pembeli potensial atas produk barang atau jasa tertentu. Sebagai contoh, iklan produk pelangsing tubuh akan berisi pesan persuasif kepada para ibu rumah tangga sebagai calon pembeli potensial agar menjaga bentuk tubuhnya sehingga disenangi oleh suaminya; selanjutnya pada

iklan pembersih area kewanitaan yang mengandung bahan tertentu (seperti gambir dan manjakani) akan memberi pesan bahwa istri yang menjaga keharmonisan rumah tangga adalah istri yang menjaga daerah kewanitaannya agar bersih dan tetap kencang demi suaminya; yang terakhir adalah iklan produk rumah tangga akan memberikan pesan persuasif bahwa ibu yang ideal adalah ibu yang pandai mencuci piring, baju dan membersihkan rumah dengan baik. Sebaliknya dalam iklan tersebut bila seorang wanita tidak dapat menjaga bentuk tubuhnya, tidak bisa menjaga keharmonisan dan mengurus rumah tangga, maka tidak akan disenangi suaminya dan akan mendapat pandangan negatif secara tidak langsung kepada masyarakat yang menontonnya.

Saat ini, persetujuan sosial atas konstruksi fisik wanita warisan ideologi budaya patriarki pun tercermin pada iklan produk kecantikan. Produk dan iklan tersebut mengadopsi serta mengembangkan ideologi atas ciri fisik tentang wanita yang ideal dan pantas di mata pria yang telah ada sejak lama pada masyarakat patriarki. Seperti pola dominan yang telah ditemukan pada *Serat Candraning Wanita* adalah fisik wanita yang ideal adalah wanita yang bertubuh kecil cenderung kurus, langsing dan proporsional. Beberapa iklan yang menampilkan konstruksi penampilan fisik tersebut mayoritas adalah iklan produk pelangsing tubuh, salah satu contohnya adalah iklan WRP *Diet Center* yang ditayangkan pada akhir tahun 2013 dalam edisi "Inspirasi Kisah Nyata Ibu Vita Subroto" berikut ini.

- (1) Vita: "Gara-gara gemuk, *gak* PD jalan bareng suami. Untung ketemu WRP *Diet Center*, Nutrisionisnya care banget. Turun 22 kilo, *Amazing!* Seperti terlahir kembali! Ini aku yang sesungguhnya. WRP *Diet Center*."

Di dalam iklan ini digambarkan awal mula Ibu Vita Subroto yang tidak percaya diri dengan suaminya saat bertubuh gendut, suaminya pun sepertinya menjaga jarak dengan istrinya saat berjalan bersama.

Setelah istrinya berkonsultasi di WRP *Diet Center* dan tubuhnya menjadi kecil dan langsing, seketika diperlihatkan sang suami kembali mendekati istrinya dan pasangan suami istri pun berjalan dengan mesra. Suaminya semakin mencintainya bahkan para wanita lainnya seakan takjub oleh perubahan wanita tersebut. Dari iklan tersebut terlihat bahwa penampilan fisik wanita yang bertubuh kecil, kurus dan langsing adalah penampilan yang disenangi pria atau suami. Dapat disimpulkan bahwa wanita berusaha meraih capaian tersebut tidak lain hanya untuk memenuhi konsep yang ditentukan kaum pria.

Ada pula iklan Sumber Ayu Sabun Sirih yang tayang pada tahun 2013. Pembukaan pada iklan ini membandingkan dua pasangan suami istri bertetangga yang satunya sangat harmonis dan yang satunya lagi kurang harmonis. Suami dari pasangan yang kurang harmonis tersebut nampaknya kurang bahagia dan enggan berdekatan dengan sang istri, berikut adalah cuplikan dialognya.

(2) Dian Nitami: "Keharmonisan rumah tangga perlu dirawat. *Nih*, pakai yang terbaik dari alam, Sumber Ayu Sabun Daun Sirih. Diperkaya dengan ekstrak gambir yang dipercaya membantu mengencangkan daerah kewanitaan. Makin rapat, makin dekat. Sumber Ayu Sabun Daun Sirih"

Iklan yang dibintangi Dian Nitami sebagai seorang istri dari pasangan yang harmonis ini kemudian menyarankan tetangganya untuk menggunakan produk Sumber Ayu Sabun Sirih dengan ekstrak gambir yang dipercaya membuat alat kewanitaannya kencang (rapat) kembali sehingga suaminya kembali menyayangnya dan rumah tangganya seketika kembali harmonis. Terdapat penggunaan kata "alam" yang memberikan citra pola hidup alternatif (Rani, 2010). Menurut Rani (2010), penggunaan kata ini dipahami sebagai 'sehat

dan nyaman, tidak mengandung resiko atau efek samping. Produsen Sumber Ayu Sabun Sirih berusaha meyakinkan wanita bahwa menjaga area kewanitaannya demi keharmonisan dengan suami baiknya menggunakan produk mereka yang alami. Dapat disimpulkan bahwa iklan ini mengandung pula ideologi patriarki bahwa wanita harus menjaga daerah kewanitaannya -sekali lagi- demi suaminya, sebagaimana diketahui bahwa wanita adalah *kanca wingking* jadi wajib bagi mereka untuk melayani suaminya. Selain Sumber Ayu, banyak produk daerah kewanitaan yang menjamin keharmonisan dengan suami, ironisnya jarang sekali ditemukan iklan yang memusatkan kepada pria untuk menjaga daerah "kelaki-lakiannya" demi keharmonisan rumah tangga.

Produk pelangsing tubuh serta pembersih kewanitaan sama-sama menggunakan teknik penyebaran ideologi standar fisik wanita secara masif dan persuasif. Wanita yang mempunyai standar-standar kecantikan tertentu dianggap mempunyai nilai lebih pada pria (suaminya). Kecantikan wanita pun dianggap sebagai komoditas yang dapat distandarkan dan diperjual belikan. Hal ini membuat wanita mereproduksi iklan tersebut dengan membeli produk kecantikan yang dimaksud kemudian menggunakannya secara rutin agar meningkatkan kualitas dirinya dan menarik perhatian pria. Faktanya, tidak semua wanita dapat mencapai standar tersebut karena kondisi fisik juga bergantung pada ras dan suku.

Produk rumah tangga pun juga sama-sama memberikan ideologi bahwa wanita yang ideal dan pantas sebagai istri adalah wanita yang berbakti kepada suaminya serta pandai mengurus rumah tangga. Salah satu contohnya terdapat pada contoh iklan Kispray edisi "Kispray Pilihan Istri Cerdas" berikut ini.

(3) Wanita: "Kalau pakai pelembut sebenarnya rugi, sisa air wanginya harus dibuang, Boros! Saat dijemur wanginya

berkurang. Lebih hemat pakai parfum Kispray. Parfum semprot tidak ada yang terbuang. Bisa pilih mana yang lebih wangi. Setrika jadi gampang, *nggak* kusut. Keren. Sudah sehari-hari, lebih wangi dari pelembut. Kispray"

Dari dialog iklan Kispray disebutkan bahwa memakai pelembut cucian adalah boros dan membuang uang; di dalam iklan digambarkan bahwa saat membuang air sisa rendaman pelembut tersebut sama juga dengan membuang banyak uang. Dapat disimpulkan dalam iklan ini bahwa istri yang baik adalah istri yang bisa menyimpan dan menghemat uang (harta), seperti salah satu ciri yang terdapat pada jenis wanita *Puspa Wicitra* pada *Serat Candraning Wanita*. Selanjutnya, dalam iklan tersebut digambarkan bahwa istri yang baik adalah yang mampu menyetrika dengan baik sehingga baju suaminya bersih, rapi dan terlihat *keren*. Dari salah satu contoh iklan produk rumah tangga ini dapat ditemukan bahwa peran wanita adalah sebagai istri yang berbakti kepada suaminya dan mengurus rumah tangganya dengan baik. Apakah selama ini ditemukan iklan di mana seorang pria mencuci baju, menyetrika atau bahkan mencuci piring menggantikan peran istrinya? Jawabannya, hampir tidak ada. Persetujuan masyarakat sosial mengenai peran wanita selama ini adalah pada area subordinat atau area rumah tangga, sementara pria atau suami tidak mengurus area tersebut.

Hal ini sebelumnya tidak hanya muncul pada era modern tapi merupakan warisan-warisan ideologi hegemoni dalam budaya patriarki yang sudah dimanifestasikan sebelumnya pada naskah *Serat Candraning Wanita*. Secara tidak langsung naskah tersebut mencerminkan ideologi yang dianggap sebagai kewajaran mengenai gambaran wanita pada jaman itu dan juga menentukan perkembangan tentang persetujuan sosial terhadap konsep wanita pada jaman sekarang. Wanita dari dulu hingga sekarang dianggap sebagai *kanca*

wingking, wanita harus dapat diatur oleh pria, mempunyai sifat penurut, baik, bijaksana, bergantung dan berbakti kepada suami, hingga membantu menyimpan harta benda sang suami. Sehingga seakan-akan wanita tidak punya independensi, karena dalam budaya patriarki yang dijalani oleh mayoritas masyarakat Jawa menganggap wanita yang baik dan mulia ialah wanita yang tunduk dan bergantung kepada pria.

Dalam sejarah perkembangan umat manusia, konsep tentang penampilan fisik dan watak pada sosok wanita ideal sepertinya susah tergantikan, karena berkaitan dengan konsep yang dibentuk oleh masyarakat patriarki bahwa wanita haruslah pantas, baik dan sempurna di depan pria (suami). Ideologi yang telah umum dalam masyarakat patriarki ini pula yang kemudian di adaptasi oleh para produsen produk kecantikan dan produk rumah tangga untuk membuat iklan persuasif yang seakan-akan "membantu" wanita memenuhi konsep yang sudah tertanam dan dipertahankan dalam masyarakat patriarki tersebut. Bahkan wanita mereproduksi wacana dalam iklan tersebut ke dalam perilaku, bahwa wanita harus mengikuti tuntutan kriteria tertentu agar dikategorikan sebagai cantik, menarik dan menguasai area domestik (mengurus suami, anak-anak dan rumah tangga) dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa di era modern pun pria masih mendominasi dan menentukan ideologi hegemoni mengenai derajat femininitas wanita, sehingga tubuh dan peran gender terhadap wanita tidak jauh beda dengan objek yang mempunyai standar dan kriteria tertentu. Wanita seakan-akan tidak mempunyai kendali akan tubuhnya dan tidak mempunyai independensi berkaitan dengan konsep akan peran gender dalam dirinya.

KESIMPULAN

Pria dengan maskulinitasnya dan wanita dengan femininitasnya adalah dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan dan masing-masing mempunyai nilai yang

berbeda. Perbedaan antara maskulinitas dan feminitas cenderung bias dalam budaya patriarki. Secara tidak langsung kaum pria dengan perannya yang dominan berhak menentukan konstruksi tentang ciri-ciri fisik atau penampilan hingga watak seorang wanita yang dianggap baik dan pantas sebagai seorang istri, salah satunya dimanifestasikan dalam naskah Jawa, *Serat Candraning Wanita*. Jenis-jenis wanita dibedakan menjadi 33 nama dalam naskah primbon jenis *katuranggan* tersebut dan kesemuanya menjelaskan secara detail ciri-ciri fisik wanita di mana beberapa bagian seperti dahi, alis dan bibir juga menyimbolkan bentuk alat kelamin wanita tersebut. Kemudian, dijelaskan pula mengenai watak wanita berdasarkan ciri-ciri fisiknya, ciri alat kelamin hingga tabiat wanita dalam bersenggama pun digambarkan mengingat naskah ini adalah panduan pria untuk menemukan calon istri yang pantas. Sejatinya, hal ini malah akan mendiskreditkan wanita sebagai objek karena dapat digolongkan menjadi jenis-jenis tertentu.

Kebanyakan wanita yang dianggap pantas dan ideal adalah wataknya yang tunduk, berbakti, sabar, dan baik kepada pria (suaminya). Hal ini adalah gambaran kemuliaan hati seorang wanita Jawa sebagai *kanca wingking*. Penentuan watak wanita tersebut tidak hanya sekedar saja namun juga dikaitkan dengan peran dan tugas wanita dalam area domestik sebagai pengurus rumah tangga, istri yang melayani suami dan anak-anaknya. Posisi wanita yang dideterminasikan dalam kacamata pria pun seakan mendiskreditkan posisi wanita dalam masyarakat, wanita seakan-akan dianggap sebagai warga kelas kedua.

Pengaruh ideologi hegemoni dalam budaya patriarki tetap dipertahankan pada era modern. Hal ini bisa dilihat dari persetujuan konsep sosial terhadap penampilan dan karakter wanita. Bahkan dua hal ini kemudian diubah menjadi komoditas, sebagai contoh, tiga karakteristik dominan

sosok wanita yang pantas dijadikan istri dalam *Serat Candraning Wanita*, yakni wanita bertubuh kecil, kurus atau langsing cenderung proporsional; mempunyai bentuk alat kelamin (area kewanitaan) yang menggambarkan tabiat bersenggamanya dengan suami; serta mempunyai sifat yang tunduk, baik, pengertian, berbakti, serta mampu menjaga harta benda suami dengan baik. Tiga karakteristik dominan ini pun tetap ada hingga sekarang dan kemudian diadaptasi konsepnya oleh pembuat iklan produk kecantikan dan produk rumah tangga yang juga menggambarkan sosok wanita sebagai istri ideal yang memenuhi standar-standar tertentu, yakni dapat menjaga bentuk tubuhnya menjadi langsing dan proporsional demi suaminya; menjaga area kewanitaan supaya menjaga keharmonisan dengan suami; serta konsep di mana karakter yang keibuan dan mampu mengurus rumah tangga adalah gambaran istri dan ibu yang baik. Hal-hal ini pun kemudian distandarisasi dan diperjual belikan, di mana para wanita yang ingin memenuhi standar dari konsep tersebut dapat meraihnya dengan menggunakan produk-produk tersebut.

Dapat terlihat pada iklan produk kecantikan dan produk rumah tangga yang ditayangkan dalam televisi. Sebagai contoh, pada iklan WRP *Diet Center* edisi "Inspirasi Kisah Nyata Ibu Vita Subroto" menggambarkan bahwa sosok istri yang ideal ialah wanita yang mampu menjaga tubuhnya sehingga suaminya kembali mencintainya; pada iklan Sumber Ayu Daun Sirih digambarkan pula sosok istri yang baik dapat menjaga area kewanitaannya untuk menjaga keharmonisan rumah tangganya dengan suami; kemudian, sosok ibu rumah tangga yang baik dalam iklan Kispray edisi "Kispray Pilihan Istri Cerdas" menggambarkan seorang ibu rumah tangga yang dapat menghemat pengeluaran rumah tangga serta mengurus suaminya dengan baik. Kaum wanita pun mereproduksi hal tersebut dengan membeli produk kecantikan dan produk rumah tangga tertentu agar dapat mencapai konsep

tersebut. Lagi-lagi ideologi hegemoni berperan dalam hal tersebut, apa yang direproduksi wanita untuk meraih standar tertentu pun dicapai agar memenuhi tuntutan dari pihak dominan, yaitu kaum pria.

Ideologi ini ditanam dan dipertahankan oleh kaum yang dominan supaya tidak ada posisi yang tergeser dalam tatanan di masyarakat. Ideologi ini telah ternaturalisasikan sehingga persetujuan sosial ini dianggap sebagai sebuah kewajiban. Bila persetujuan sosial ini dilanggar maka dikhawatirkan posisi dari kaum dominan dan kaum subordinat akan bergeser. Sehingga dikhawatirkan para wanita akan membuat 'masyarakat wanita' sebagai tandingan masyarakat patriarki, kemudian wanita akan merebut kembali kuasa serta independensi atas tubuh mereka sendiri dan menolak perannya sebagai ibu (*motherhood*).

REFERENSI

- Bonita, L. 2012. *Serat Candraning Wanita (KBG 956): Suntingan Teks*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Darwin, M. 1999. *Maskulinitas: Posisi Laki-laki dalam Masyarakat Patriarkis*. Unpublished Paper for Center for Population and Policy Studies, S.281, June 24. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Endraswara, S. 2010. *Falsafah Hidup Jawa*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Fairclough, N. 1989. *Language and power*. London: Longman.
- Fakih, M. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handayani, C. S., & Novianto, A. 2008. *Kuasa Wanita Jawa*. Yogyakarta: PT. LKIS Pelangi Aksara.
- Hermawati, T. 2007. *Budaya Jawa dan Kesetaraan Gender*. *Jurnal Komunikasi Massa*, Vol. 1, No. 1, 18-24.
- Lestari, I. 2006. *Katakan dan Lawan: Bahasa dan Perjuangan Feminisme dalam Teori Julia Kristeva*. *Jurnal Perempuan*, vol. 48, 103-108.
- Lips, H.M. 1988. *Sex & Gender, An Introduction*. Mountain View, Cal.: Mayfield Publishing Company.
- Rani, A. 2010. *Membentuk Budaya Konsumtif, Kajian Kritis Penggunaan Bahasa Iklan*. Sidoarjo: Media Ilmu.
- Zuntriana, A. 2006. *Gender, Perempuan, dan Budaya Patriarki*. Unpublished Paper for Jambore Nasional (Jamnas) Pemberdayaan Gender, Bogor, Jawa Barat.

**MODEL PENGALIHBAHASAAN BUKU TEKS BIDANG EKONOMI DAN KEUANGAN
BERBAHASA INGGRIS KE BAHASA INDONESIA:
ANALISIS AKURASI TERJEMAHAN BUKU MARKETING MANAGEMENT DAN
FUNDAMENTALS OF FINANCIAL MANAGEMENT**

Ade Sukma Mulya, Ina Sukaesih, Nur Hasyim

Politeknik Negeri Jakarta

Jl. DR. G Siwabessy, Kampus UI Depok

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menyusun model penerjemahan untuk buku teks bidang ekonomi dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Pada tahun pertama, penelitian diarahkan pada

Analisis produk terjemahan untuk mengetahui kualitas terjemahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan kasus ganda.

Analisis konten digunakan terhadap data yang diperoleh dari dokumen (buku teks Marketing Management dan Fundamentals of Financial Management), hasil kuesioner dan interview mendalam dengan informan. Temuan yang diperoleh pada tahun pertama menghasilkan model terjemahan yang meliputi bahasa sumber, proses penerjemahan yang mencakup kesepadanan pesan dan penggunaan ideologi, metode dan teknik penerjemahan, output (hasil terjemahan dalam bahasa sasaran), dan outcome (kualitas terjemahan) yang mencakup keakuratan, keberterimaan dan keterbacaan.

Analisis terhadap aspek keakuratan memperlihatkan bahwa terjemahan buku teks Marketing Management sebagian besar akurat.

Kata kunci: *buku teks ekonomi, keakuratan terjemahan, model terjemahan, aspek keakuratan, keberterimaan, keterbacaan*

PENDAHULUAN

Banyak karya pengalihbahasakan buku teks dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia yang beredar luas di masyarakat, khususnya di perguruan tinggi. Berdasarkan hasil studi awal penelitian diketahui bahwa dalam beberapa kasus pengalihbahasaan terdapat kekeliruan atau ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip teori terjemahan.

Kekeliruan yang dilakukan oleh sejumlah penerjemah ketika mengalihbahasakan buku teks dapat merugikan para pembaca dari buku terjemahan tersebut, yang semula buku terjemahan dapat membantu memahami buku teks, tetapi faktanya sebaliknya, buku terjemahan malah menyesatkan para pembaca.

Dari alasan tersebut di atas, peneliti tertarik untuk menyusun suatu

model pengalihan bahasa buku teks sehingga dapat bermanfaat untuk menghasilkan karya terjemahan yang berkualitas.

Untuk menghasilkan terjemahan yang berkualitas perlu adanya suatu model yang dapat menuntun penerjemah dalam mengalihkan bahasa sumber ke bahasa sasaran. Setelah model tersusun, kemudian model tersebut diimplementasikan untuk mengungkap kualitas terjemahan buku *Management Marketing*, dan *Fundamentals of Financial Management*.

Berdasarkan fokus penelitian di atas, peneliti fokus pada penyusunan model pengalihan bahasa yang dihasilkan dari berbagai kajian teori penerjemahan, kemudian model tersebut digunakan meng

Analisis kualitas terjemahan pada aspek keakuratan pengalihan pesan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran.

Studi awal terhadap buku terjemahan *Marketing Management*, dan *Fundamentals of Financial Management* ditemukan beberapa hasil terjemahan dari bahasa sumber (Bsu) ke bahasa sasaran (Bsa) yang menurut peneliti tidak tepat, seperti contoh berikut ini.

Bsu: *Companies selling mass consumer goods and services such as soft drinks, cosmetics, air travel, and athletic shoes and equipment spend a great deal time trying to establish a superior brand image.*

Bsa: Perusahaan yang menjual barang-barang kebutuhan konsumen dan jasa dalam jumlah besar; seperti minuman ringan, kosmetik, penerbangan, sepatu, dan peralatan olah raga, serta menghabiskan banyak waktu untuk mencoba mengembangkan citra merek yang unggul.

Dari hasil terjemahan di atas telah terjadi pergeseran makna karena penerjemah menambahkan kata tambahan *serta* sebelum kata kerja utama, yang seharusnya tidak perlu, sehingga membuat terjemahan itu tidak sepadan. Kata *spend* pada kalimat di atas adalah kata kerja utama sehingga memiliki peran yang sangat penting, tetapi karena penerjemah menambahkan kata *serta menghabiskan*, sehingga mengaburkan makna dari kata kerja utama tersebut.

Penerjemah menerjemahkan *mass consumer goods and services* adalah barang-barang kebutuhan dan jasa dalam jumlah besar. *Goods and services; goods* diterjemahkan menjadi barang-barang, seharusnya barang; *services* diterjemahkan menjadi jasa sehingga *goods and services* terjemahannya adalah *barang dan jasa*. *Mass consumer* diterjemahkan menjadi kebutuhan konsumen, padahal tidak terdapat kata kebutuhan pada bahasa sumber, sehingga terjadi pergeseran makna, dan seharusnya diterjemahkan menjadi *konsumen dalam jumlah besar*, sehingga untuk menerjemahkan *mass consumer goods and services* adalah *barang dan jasa untuk konsumen massal*.

Selanjutnya *a great deal time trying to establish a superior brand image* diterjemahkan menjadi *banyak waktu untuk mencoba mengembangkan citra merek yang unggul*, penerjemah menambahkan kata *pengembangan*, padahal tidak ada kata itu dalam teks aslinya. Kata *pengembangan* yang ditambahkan oleh penerjemah juga tidak tepat, dan justru mengubah makna menjadi tidak sepadan. Terjemahannya yang tepat untuk *a great deal time trying to establish a superior brand image* adalah *banyak waktu yang berguna hanya untuk menetapkan merek yang berkesan unggul*, sehingga terjemahan yang telah direkonstruksi ulang adalah sebagai

berikut: “Perusahaan-perusahaan yang menjual barang dan jasa untuk konsumen massal, seperti minuman ringan, kosmetik, penerbangan, sepatu dan peralatan olah raga menghabiskan banyak waktu yang berguna hanya untuk menetapkan merek yang berkesan unggul”

Bsu: *A growing number of today's companies are also shaping separate offers, services, and messages, to individual customer, based on information about past transactions, demographics, psychographics, and media, and distribution preferences.* Bsa: Kini semakin banyak perusahaan yang juga membentuk penawaran, layanan, dan pesan terpisah untuk pelanggan individual, berdasarkan atas informasi tentang transaksi masa lalu, demografis, psikografis, dan preferensi media, dan distribusi.

Dari terjemahan di atas, telah terjadi pergeseran klausa simples. Klausa simpleks tersebut mendeskripsikan suatu informasi yang menggunakan *present continuous tense*, tetapi oleh penerjemah diterjemahkan menggunakan *simple present* sehingga maknanya tidak sepadan.

Kelompok nomina *A growing number of today's companies* diterjemahkan menjadi Kini semakin banyak perusahaan, *A growing number* diterjemah banyak, seharusnya diterjemahkan menjadi sedang tumbuh, penerjemah tidak menerjemahkan kata *growing* sehingga terjadi pergeseran makna karena kata *growing* tersebut untuk mempertegas bahwa hanya perusahaan-perusahaan yang sedang tumbuh tersebut bukan semua jenis perusahaan. Terjemahannya yang lebih tepat adalah *sejumlah perusahaan yang sedang tumbuh saat ini*. Apabila diterjemahkan ulang, terjemahannya

adalah sebagai berikut: “Sejumlah perusahaan yang sedang tumbuh saat ini juga sedang membentuk penawaran, layanan, dan pesan terpisah untuk pelanggan individual, berdasarkan atas informasi tentang transaksi masa lalu, demografis, psikografis, dan preferensi media, dan distribusi”.

Dengan memperhatikan contoh-contoh tersebut dipandang perlu dilakukan penelitian tentang kualitas terjemahan buku teks *Management Marketing*, dan *Fundamentals of Financial Management* yang selanjutnya hasil penelitian akan dimanfaatkan untuk membuat model penerjemahan buku teks bidang manajemen agar para penerjemah dan pengguna buku dapat menerjemahkan dan mendapatkan hasil terjemahan yang sepadan dengan makna yang terkandung pada buku aslinya.

Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini secara lengkap diformulasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana model penerjemahan untuk menghasilkan terjemahan yang berkualitas?
2. Bagaimana implementasi model penerjemahan dalam pengalihan pesan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran dalam buku terjemahan *Management Marketing* dan *Fundamentals of Financial Management* tersebut kedalam bahasa Indonesia
3. Bagaimana implementasi model penerjemahan untuk mengidentifikasi teknik, metode dan idiologi penerjemahan dalam buku teks *Marketing Management* dan *Fundamentals of Financial Management*
4. Bagaimana implementasi model penerjemahan untuk menerjemahkan buku teks bidang ekonomi.

5. Bagaimana implementasi model penerjemahan untuk menyusun buku panduan penerjemahan.

Tujuan umum penelitian ini adalah:

- Penyusunan model pengalihan bahasa sumber ke bahasa sasaran khususnya buku teks bidang ekonomi yang berbahasa Inggris diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.
- Mengimplementasikan model pengalihan bahasa sumber ke bahasa sasaran fokus pada pengalihan pesan dalam kalimat-kalimat yang menjelaskan konsep pemasaran dalam buku teks *Marketing Management*. (Fokus Penelitian tahun pertama).
- Mengimplementasi model pengalihan bahasa sumber ke bahasa sasaran fokus pada idiologi, metode dan teknik-teknik penerjemahan dalam kalimat-kalimat yang menjelaskan konsep pemasaran dalam buku teks *Marketing Management* dan istilah teknis dalam buku teks *Fundamentals of Financial Management* (Fokus Penelitian tahun kedua).
- Mengimplementasikan model penerjemahan dengan menerjemahkan buku teks bidang ekonomi (Fokus Penelitian Tahun Ketiga).
- Penyusunan Buku Panduan Penerjemahan Buku Teks (Fokus Penelitian Tahun Keempat).

Kajian Teori

Pengertian Penerjemahan

Penerjemahan merupakan kegiatan mengungkapkan kembali makna atau pesan dari bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran yang dilakukan oleh seseorang dan seseorang tersebut minimal yang bersangkutan adalah bilingual yaitu menguasai bahasa sumber dan bahasa target. Di samping seorang bilingual juga dituntut seorang penerjemah memahami konteks budaya

baik budaya bahasa sumber dan dan bahasa sasaran.

Ada dua teori yang terkenal sampai abad pertengahan 20, atau sejak zaman Romawi; teori terjemahan yang menerjemahkan melalui mengalih kata perkata dari bahasa sumber ke bahasa sasaran atau disebut "*word-for-word translation*", dan teori terjemahan bebas biasa disebut "*sense-for-sense translation*". Menurut para ahli penerjemah, kedua teori tersebut memiliki berbagai kelemahan dan kelebihan (Munday 2006: 21).

Terjemahan dengan teknik kata per kata merupakan strategi penerjemahan yang sudah tua, teknik terjemahan kata per kata ini dikaitkan dengan unit-unit terjemahan, Sementara itu, terjemahan bebas memiliki tujuan untuk mengungkapkan amanat yang ada pada teks (Hatim 2013: 17).

Para pakar teori penerjemahan mendefinisikan penerjemahan dengan cara yang berbeda-beda. Menurut Nababan (2003: 19), definisi-definisi penerjemahan yang mereka kemukakan ada yang lemah, kuat, dan ada pula yang saling melengkapi satu sama lain. Catford (Nababan, 2003: 19) misalnya mendefinisikan penerjemahan sebagai proses penggantian suatu teks bahasa sumber dengan teks bahasa sasaran. Dia juga mengartikan penerjemahan sebagai penggantian materi teks bahasa sumber dengan teks bahasa sasaran. Menurut Nababan, teori itu sangat lemah karena seorang penerjemah tidak mungkin dapat menggantikan teks bahasa sumber dengan teks bahasa sasaran karena struktur kedua bahasa itu pada umumnya berbeda, dan materi bahasa sumber juga tidak pernah digantikan dengan materi bahasa bahasa sasaran. Menurut Nababan, dalam terjemahan ditekankan agar isi teks bahasa sasaran tetap setia dengan isi teks bahasa sumber.

Definisi lain diungkapkan oleh Catford (1974: 20): *“translation is the replacement of textual material in one language (SL) by equivalence textual material in another language (TL)”*. Catford menekankan tentang penggantian materi tekstual dari satu bahasa dengan padanan materi tekstual yang sama dalam bahasa lain. Dalam definisinya, selain menyentuh adanya dua bahasa, Catford juga mengungkapkan adanya materi tekstual, yang ditekankan pada ketidakharusan menerjemahkan keseluruhan teks dari Bsu, tetapi diganti dengan padanan maknanya dalam bahasa sasaran. Definisi Catford memiliki sedikit perbedaan dari definisi yang disampaikan Larson, yaitu tambahan faktor materi tekstual.

Ideologi Penerjemahan

Dalam penerjemahan, ideologi adalah keyakinan seorang penerjemah dalam melakukan penerjemahan, bahwa yang dilakukan dalam proses penerjemahan merupakan hal yang benar yang menghasilkan produk penerjemahan dengan kualitas yang baik. Dinyatakan Nababan (2013) bahwa dalam bidang penerjemahan, ideologi diartikan sebagai prinsip atau keyakinan tentang “benar atau salah”. Sebagian orang berpendapat bahwa produk penerjemahan harus memiliki pesan yang dikandung dalam teks bahasa sumber Sementara itu, sebagian lain berprinsip bahwa produk penerjemahan harus mengikuti kaidah, norma dan budaya yang berlaku pada bahasa sasaran (Nababan, 2013). Berdasarkan kedua perbedaan keyakinan itu, dua ideologi penerjemahan muncul, yaitu foreinisasi dan domestikasi.

Ideologi foreinisasi dinyatakan sebagai paham yang meyakini bahwa mempertahankan budaya bahasa sumber dalam produk terjemahan penting, penerjemah menganggap bahwa pengenalan budaya, adat istiadat,

kebiasaan dari budaya bahasa sumber perlu diketahui oleh pembaca. Munday (2001:147) mengutip Venuti bahwa dalam ideologi foreinisasi seolah-olah penerjemah “*sending the reader abroad*.” Dinyatakan oleh Nababan (2013) bahwa “bagi mereka, terjemahan yang bagus adalah terjemahan yang tetap mempertahankan gaya dan cita rasa kultural bahasa sumber. Dalam upaya merealisasikan ideologi foreinisasi, penerjemah menggunakan metode penerjemahan *word-for-word translation, literal translation, faithful translation dan semantic translation*. Dengan keempat metode penerjemahan itu dimungkinkan keutuhan konten kultur bahasa sumber dalam produk penerjemahan karena padanan yang digunakan cenderung pada pepadanan formal atau kaku, sesuai dengan upaya mempertahankan kultur bahasa sumber.

Sementara itu, ideologi domestikasi merupakan paham yang berlawanan dengan ideologi foreinisasi. Ideologi ini meyakini bahwa produk penerjemahan harus mengikuti kultur yang terdapat pada bahasa sasaran. seluruh aspek dalam produk penerjemahan harus tunduk pada aturan, norma, kebiasaan yang berlaku pada bahasa sasaran. Nababan (2013) mengutip Zhao Ni: “*Domestication refers to the target-culture-oriented translation in which unusual expression to the target culture are exploited and turned into some familiar ones so as to make the translated text intelligible and easy for target readers*.” Dalam produk terjemahan yang tunduk pada ideologi domestikasi, hal-hal yang kemungkinan tidak dikenal oleh pembaca akan diubah dan disesuaikan dengan kultur pembaca, padanan yang digunakan cenderung dinamis, disesuaikan dengan target pembaca yang dituju penerjemah. Dalam upaya merealisasikan ideologi domestikasi,

metode penerjemahan yang sering digunakan adalah *adaptation translation*, *free translation*, *idiomatic translation* dan *communicative translation*.

Metode Penerjemahan

Ketika seorang penerjemah dihadapkan pada suatu teks bahasa sumber untuk diterjemahkan, maka hal pertama yang harus diputuskannya adalah metode penerjemahan yang akan digunakannya. Hal ini dikemukakan oleh Molina dan Albir (2002:507-508) dalam Nababan bahwa "pada dasarnya metode penerjemahan akan ditetapkan terlebih dahulu oleh penerjemah sebelum melakukan proses penerjemahan." Jadi apakah yang disebut dengan metode penerjemahan? Nababan (2013) menyatakan bahwa metode penerjemahan adalah cara proses penerjemahan dilakukan dalam kaitannya dengan tujuan penerjemahan. Metode penerjemahan merupakan pilihan global yang mempengaruhi keseluruhan teks. Metode penerjemahan dipengaruhi oleh ideologi penerjemahan yang dianut oleh penerjemah. Ketika seorang penerjemah menganut ideologi *foreignization* maka metode yang akan dipilih adalah metode yang mendukung keutuhan nilai-nilai budaya bahasa sumber, Sementara itu, bagi penerjemah yang menganut ideologi *domestication*, metode yang akan menjadi pilihannya tentu yang memungkinkan pengalihan kultur bahasa sumber ke dalam kultur bahasa sasaran.

Teknik Penerjemahan

Ketika seorang penerjemah telah memutuskan metode penerjemahan yang akan digunakannya, tahap selanjutnya yang akan dilalui adalah proses penerjemahan. Dalam tahap ini, penerjemah akan dihadapkan pada

bagaimana teks akan diterjemahkan. Cara menerjemahkan saat penerjemah berhadapan dengan teks sumber disebut sebagai teknik penerjemahan. Nababan (2013) menuliskan bahwa teknik penerjemahan merupakan prosedur untuk meng
Analisis dan mengklasifikasikan bagaimana kesepadanan terjemahan berlangsung yang dapat diterapkan pada berbagai satuan lingual: kata, frase ataupun kalimat. Dinyatakan juga bahwa teknik penerjemahan dapat disebut sebagai realisasi dari proses pengambilan keputusan yang hasilnya dapat diidentifikasi pada karya terjemahan.

Teknik penerjemahan menyangkut tahapan berjenjang dari mulai lexis, distribusi yang mencakup morfologi dan sintaks serta pesan. *Literal procedures* digunakan ketika kedua bahasa memiliki kesepadanan kata, struktur, dan atau morfologi. Sementara itu, *oblique procedures* digunakan dalam kondisi ketika penerjemahan kata demi kata tidak dimungkinkan.

Teknik yang digunakan penerjemah tidak selalu tunggal, akan tetapi bisa kombinasi di antaranya sesuai dengan kebutuhan pada saat proses penerjemahan. Teknik-teknik penerjemahan yang termasuk *literal translation procedures* itu, antara lain:

Borrowings: Dalam teknik penerjemahan ini, kata dari teks bahasa sumber dialihkan langsung ke dalam kata teks sasaran tanpa adanya proses penerjemahan.

Calque: Dalam teknik penerjemahan ini, terjadi pemindahan ungkapan atau struktur dari teks bahasa sumber ke dalam teks bahasa sasaran.

Literal translation: Teknik penerjemahan ini sama dengan penerjemahan kata-demi-kata. Hal ini mungkin dilakukan jika ada kesamaan rumpun bahasa dan budaya antara bahasa sumber dan bahasa sasaran.

Sementara itu, teknik-teknik penerjemahan yang termasuk dalam *oblique translation procedures*, antara lain:

Transposition: teknik penerjemahan dimana penerjemah melakukan perubahan terhadap satu bagian ungkapan (kaidah tata bahasa) dalam teks bahasa sasaran tanpa mengubah pesan yang dikandungnya.

Modulation: dalam teknik penerjemahan ini, terjadi perubahan semantik dan cara pandang dari teks sumber ke dalam teks sasaran.

Equivalence: dengan teknik ini, penerjemah menggambarkan situasi yang sama dengan gaya dan alat struktur yang berbeda. Misalnya ketika penerjemah menerjemahkan idiom. *Adaptation*: teknik penerjemahan ini memungkinkan penerjemah mengubah referensi budaya, ketika budaya dari teks sumber tidak ditemukan dalam budaya teks sasaran.

Ketujuh teknik penerjemahan di atas ditambah dengan beberapa teknik lain, yaitu:

Compensation: teknik penerjemahan kompensasi digunakan ketika satu elemen dari teks Bsu tidak bisa diterjemahkan ke dalam teks Bsa karena tidak ada padanannya. Untuk itu hal tersebut diungkapkan dengan memberikan penjelasan.

Concentration: teknik penerjemahan yang menggunakan lebih sedikit ungkapan dalam teks Bsa dibandingkan dengan ungkapan dalam teks asalnya.

Amplification: teknik penerjemahan yang dilakukan ketika teks Bsa menggunakan lebih banyak kata daripada dalam teks Bsu.

Reinforcement: teknik penerjemahan ini hampir sama dengan teknik penerjemahan amplifikasi dimana penggunaan jenis kata dalam teks Bsu diganti atau ditambah dengan jenis kata

lain dalam teks Bsa untuk lebih memperjelas makna.

Explicitation: dalam teknik penerjemahan ini dilakukan pengeksplisitan informasi dalam teks Bsu yang belum jelas atau memiliki arti ambigu.

Generalization: dalam teknik penerjemahan ini satu istilah digunakan untuk beberapa kata dalam teks Bsu, misalnya kata 'rice' digunakan untuk menerjemahkan kata 'nasi' dan 'beras'.

Inversion: teknik penerjemahan ini memungkinkan pemindahan kata atau frase dalam teks Bsu ke tempat lain dalam kalimat atau paragraf dalam teks Bsa demi kealamian alur teks.

Kesepadanan dalam Penerjemahan

Kesepadanan merupakan salah satu teknik atau prosedur yang digunakan dalam penerjemahan yang bisa terjadi pada tataran kata, frase atau teks. Vinay dan Darbelnet dalam paper "Ungureanu" mendefinisikan *equivalence* sebagai "a procedure which replicates the same situation as in the original, whilst using completely different wording". Aspek-aspek yang terlibat dalam kesepadanan (*equivalence*) ini adalah replikasi, situasi asli, kata berbeda. Intinya bahwa pesan yang terkandung dalam teks Bsu dialihkan ke dalam teks Bsa dengan menggunakan kata-kata Bsa.

Selain itu Hervey dan Higgins dalam Miyanda menyatakan bahwa "equivalence denotes an observed relationship between ST utterances and TT utterances that are seen as directly corresponding to one another... Dalam penjelasan ini dapat dilihat adanya hubungan atau keterkaitan antara ungkapan dan atau pesan dari teks Bsu dengan teks Bsa. Ungkapan mengacu pada kata-kata Sementara itu, hubungan menekankan pada kesepadanan pesan atau makna.

Kedua definisi di atas memiliki kesepakatan bahwa kesepadanan memiliki aspek kesamaan pesan atau makna dengan bahasa yang berbeda. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penerjemahan, kesepadanan merupakan keharusan walaupun ungkapan atau bahasa yang digunakan berbeda.

Mona Baker(1992) menyajikan tipologi kesepadanan yang terdiri dari beberapa tataran: kata, di atas kata, gramatika, dan pragmatik.

Tentang kesepadanan pada tataran kata, Baker (1992:11) menyatakan bahwa kata merupakan *the basic meaningful element in a language*. Dalam penerjemahan kesepadanan antara kata Bsu dan Bsa, mungkin terjadi kesepadanan kata atau ungkapan yang sama. Hal ini akan memudahkan penerjemah dalam melakukan tugasnya. Akan tetapi, perlu dipertimbangkan kemungkinan ketiadaan padanan kata Bsa yang dapat menggantikan kata dari Bsu.

Kesepadanan di atas tataran kata, mengeksplorasi kesepadanan kombinasi antara kata-kata dan frase.

Kesepadanan pada tataran gramatika, mengeksplorasi kesepadanan pada tataran struktur kalimat. Kesepadanan pada tataran teks mengeksplorasi antara keterkaitan makna dalam konteks.

Kesepadanan Pragmatik mengeksplorasi bagaimana teks digunakan dalam situasi komunikasi yang melibatkan unsur-unsur yang terkait dalam penerjemahan, seperti penulis, pembaca, konteks budaya kedua bahasa terkait.

Selain Baker, Koller dalam Munday (2001: 47/48) menjelaskan lima tipe kesepadanan:

Denotative Equivalence yang berkaitan dengan kesepadanan unsur ekstralinguistik dalam teks

Connotative Equivalence berkaitan dengan pilihan kata, khususnya antar kata yang memiliki arti yang hampir sama

Text-normative Equivalence berkaitan dengan tipe teks yang berbeda-beda dan memiliki ciri yang berbeda pula

Pragmatic Equivalence, atau *communicative equivalence* yang berorientasi pada pembaca produk terjemahan. Hal ini sejalan dengan konsep Nida tentang '*dynamic equivalence*'

Formal Equivalence berkaitan dengan bentuk dan estetika teks yang mencakup permainan kata-kata dan aspek-aspek gaya individu teks sumber.

Nida dalam Munday (2001:41--42) membagi kesepadanan kedalam dua tipe, yaitu: (1) *Formal equivalence* yang menekankan pada pesan, baik dalam bentuk dan isi, (2) *dynamic equivalence* yang berkaitan dengan pemahaman bahwa pesan harus disesuaikan dengan kebutuhan linguistik dan ekspektasi budaya pembaca serta kealamian ungkapan sebagai pusat perhatian.

Dari ketiga ahli di atas bisa disepakati bahwa kesepadanan berawal dari tataran kata, kemudian berlanjut sampai pada tataran konteks. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam kesepadanan adalah pemilihan unsur-unsur kata atau ungkapan, frase, kalimat, teks, komunikatif, budaya dan kealamian teks supaya pesan yang dialihkan dapat mencapai kualitas terjemahan yang tinggi.

Nida memiliki tiga kriteria dalam menilai kualitas penerjemahan, yang dinyatakan sebagai berikut: *Three fundamental criteria are basic to the evaluation of all translating, and in different ways help to determine the relative merit of particular translations. These are: (1) general efficiency of the communication process, (2) comprehension of intent, and (3) equivalence of response.*

Kriteria yang disajikan bersifat kualitatif yang cenderung subjektif, kurang standar dan nilai reliabilitasnya rendah. Nababan (2010) menyatakan bahwa penerjemahan merupakan transfer makna dari bahasa sumber (*source language*) ke bahasa sasaran (*target language*) dengan keakuratan pesan, keterbacaan, dan keberterimaan. Ketiga faktor yang terdapat dalam produk terjemahan tersebut dikenal sebagai kualitas penerjemahan sebagai parameter atau kriteria baik tidaknya suatu produk terjemahan.

Terdapat dua sistem dalam penilaian kualitas terjemahan yang

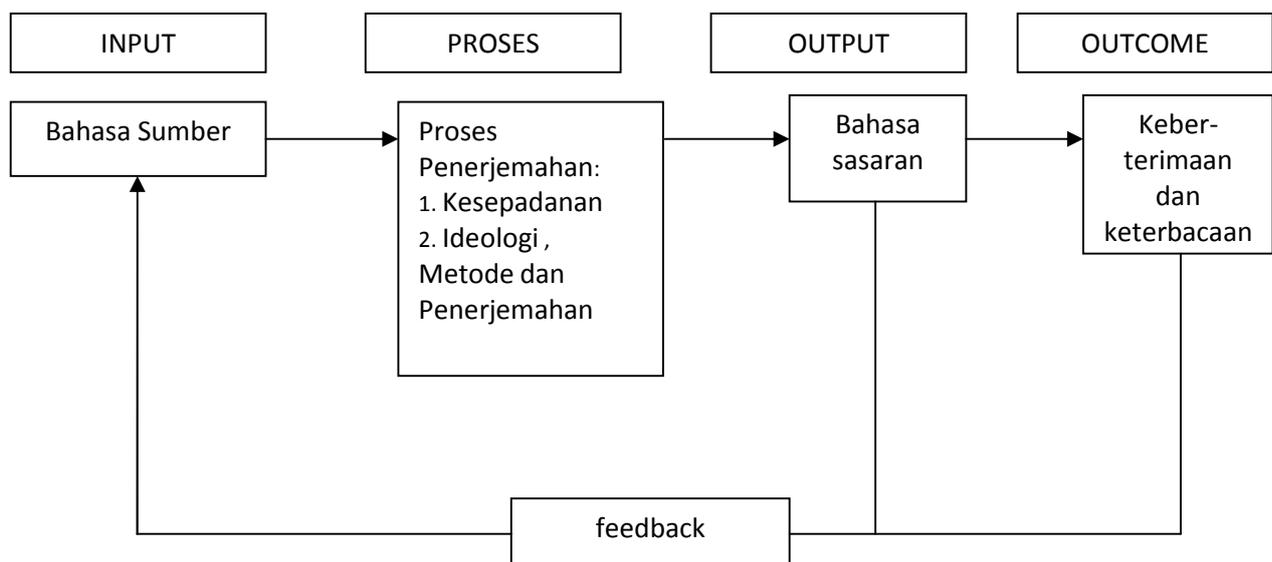
digunakan, dalam (Schiaffino dan Zearo), disebut sebagai: (a) *argumentation-centred systems* dan (b) *quantitative-centered systems*. Sistem pertama bertumpu pada penilaian kualitatif, argumentasi, Sementara itu, argumentasi merupakan hal yang lebih relatif dibandingkan dengan sistem kualitatif. Kelebihan sistem kualitatif juga disampaikan oleh Schiaffino dan Zearo sebagai berikut, " *The advantage of quantitative-centered methods is that they lend themselves to quantifying errors and, therefore, make measurements possible.*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Penerjemahan

Dari pembahasan berbagai teori penerjemahan dapat disusun suatu model penerjemahan. Model penerjemahan ini dapat dipakai sebagai acuan untuk

menghasilkan karya terjemahan yang berkualitas. Model penerjemahan dapat dilihat pada tabel berikut.



Gambar 1. Model penerjemahan

Gambar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

Input

Input berupa kata, istilah teknis, frasa, klausa, kalimat, teks yang ditulis dalam bahasa Inggris.

Proses Penerjemahan

Proses penerjemahan adalah proses yang melibatkan dua hal: (1) kesepadanan dan (2) ideologi, metode dan penerjemahan.

Kesepadanan

Kesepadanan adalah inti dari kegiatan penerjemahan adalah pengalihan pesan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran. Pesan yang dialihkan harus sepadan dengan bahasa sumber.

Kesepadanan pada tataran kata; Baker (1992:11) menyatakan (1) bahwa kata merupakan *the basic meaningful element in a language*. Dalam penerjemahan kesepadanan antara kata Bsu dan Bsa, mungkin terjadi kesepadanan kata atau ungkapan yang sama. Hal ini akan memudahkan penerjemah dalam melakukan tugasnya. Akan tetapi, perlu dipertimbangkan kemungkinan ketiadaan padanan, (2) Kesepadanan pada tataran gramatika, mengeksplorasi kesepadanan pada tataran struktur kalimat, (3) kesepadanan pada tataran teks mengeksplorasi antara keterkaitan makna dalam konteks, (4) kesepadanan Pragmatik mengeksplorasi bagaimana teks digunakan dalam situasi komunikasi yang melibatkan unsur-unsur yang terkait dalam penerjemahan, seperti penulis, pembaca, konteks budaya kedua bahasa terkait.

Ideologi Penerjemahan

Ideologi foreinisasi dinyatakan sebagai paham yang meyakini bahwa mempertahankan budaya bahasa sumber

dalam produk terjemahan penting, penerjemah menganggap bahwa pengenalan budaya, adat istiadat, kebiasaan dari budaya bahasa sumber perlu diketahui oleh pembaca. Munday (2001:147) mengutip Venuti bahwa dalam ideologi foreinisasi seolah-olah penerjemah "*sending the reader abroad*." Dinyatakan oleh Nababan (2013) bahwa "bagi mereka, terjemahan yang bagus adalah terjemahan yang tetap mempertahankan gaya dan cita rasa kultural bahasa sumber. Dalam upaya merealisasikan ideologi foreinisasi, penerjemah menggunakan metode penerjemahan *word-for-word translation, literal translation, faithful translation dan semantic translation*. Dengan keempat metode penerjemahan itu dimungkinkan keutuhan konten kultur bahasa sumber dalam produk penerjemahan karena padanan yang digunakan cenderung pada padanan formal atau kaku, sesuai dengan upaya mempertahankan kultur bahasa sumber.

ideologi domestikasi merupakan paham yang berlawanan dengan ideologi foreinisasi. Ideologi ini meyakini bahwa produk penerjemahan harus mengikuti kultur yang terdapat pada bahasa sasaran. seluruh aspek dalam produk penerjemahan harus tunduk pada aturan, norma, kebiasaan yang berlaku pada bahasa sasaran. Nababan (2013) mengutip Zhao Ni: "*Domestication refers to the target-culture-oriented translation in which unusual expression to the target culture are exploited and turned into some familiar ones so as to make the translated text intelligible and easy for target readers*." Dalam produk terjemahan yang tunduk pada ideologi domestikasi, hal-hal yang kemungkinan tidak dikenal oleh pembaca akan diubah dan disesuaikan dengan kultur pembaca, padanan yang digunakan cenderung dinamis, disesuaikan dengan target pembaca yang dituju penerjemah. Dalam upaya

merealisasikan ideologi domestikasi, metode penerjemahan yang sering digunakan adalah *adaptation translation*, *free translation*, *idiomatic translation* dan *communicative translation*.

Teknik Penerjemahan adalah satu cara yang dipakai penerjemah ketika mengalihkan pesan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran. Salah satu manfaat dari teknik penerjemahan adalah mengatasi kesulitan pengalihan pesan dari kata, frasa, klausa atau kalimat.

Teori Teknik Penerjemahan Molina Albir:

Teknik yang digunakan penerjemah tidak selalu tunggal, akan tetapi bisa kombinasi di antaranya sesuai dengan kebutuhan pada saat proses penerjemahan. Teknik-teknik penerjemahan yang termasuk *literal translation procedures* itu, antara lain:

Borrowings: Dalam teknik penerjemahan ini, kata dari teks bahasa sumber dialihkan langsung ke dalam kata teks sasaran tanpa adanya proses penerjemahan.

Calque: Dalam teknik penerjemahan ini, terjadi pemindahan ungkapan atau struktur dari teks bahasa sumber ke dalam teks bahasa sasaran.

Literal translation: Teknik penerjemahan ini sama dengan penerjemahan kata-demi-kata. Hal ini dimungkinkan dilakukan jika ada kesamaan rumpun bahasa dan budaya antara bahasa sumber dan bahasa sasaran.

Sementara itu, teknik-teknik penerjemahan yang termasuk dalam *oblique translation procedures*, antara lain:

Transposition: teknik penerjemahan dimana penerjemah melakukan perubahan terhadap satu bagian ungkapan (kaidah tata bahasa) dalam teks bahasa sasaran tanpa mengubah pesan yang dikandungnya.

Modulation: dalam teknik penerjemahan ini, terjadi perubahan semantik

dan cara pandang dari teks sumber ke dalam teks sasaran.

Equivalence: dengan teknik ini, penerjemah menggambarkan situasi yang sama dengan gaya dan alat struktur yang berbeda. Misalnya ketika penerjemah menerjemahkan idiom.

Adaptation: teknik penerjemahan ini memungkinkan penerjemah mengubah referensi budaya, ketika budaya dari teks sumber tidak ditemukan dalam budaya teks sasaran.

Ketujuh teknik-teknik penerjemahan ini ditambah dengan beberapa teknik lain, yaitu: *Compensation*: teknik penerjemahan kompensasi digunakan ketika satu elemen dari teks Bsu tidak bisa diterjemahkan ke dalam teks Bsa karena tidak ada padanannya. Untuk itu hal tersebut diungkapkan dengan memberikan penjelasan.

Concentration: teknik penerjemahan yang menggunakan lebih sedikit ungkapan dalam teks Bsa dibandingkan dengan ungkapan dalam teks asalnya.

Amplification: teknik penerjemahan yang dilakukan ketika teks Bsa menggunakan lebih banyak kata daripada dalam teks Bsu.

Reinforcement: teknik penerjemahan ini hampir sama dengan teknik penerjemahan amplifikasi dimana penggunaan jenis kata dalam teks Bsu diganti atau ditambah dengan jenis kata lain dalam teks Bsa untuk lebih memperjelas makna.

Explicitation: dalam teknik penerjemahan ini dilakukan pengeksplisitan informasi dalam teks Bsu yang belum jelas atau memiliki arti ambigu.

Generalization: dalam teknik penerjemahan ini satu istilah digunakan untuk beberapa kata dalam teks Bsu, misalnya kata 'rice' digunakan untuk menerjemahkan kata 'nasi' dan 'beras'.

Inversion: teknik penerjemahan ini memungkinkan pemindahan kata atau frase dalam teks Bsu ke tempat lain dalam

kalimat atau paragraf dalam teks Bsa demi kealamian alur teks.

Metode Penerjemahan

Nababan (2013) menyatakan bahwa metode penerjemahan adalah cara proses penerjemahan dilakukan dalam kaitannya dengan tujuan penerjemahan. Metode penerjemahan merupakan pilihan global yang mempengaruhi keseluruhan teks. Metode penerjemahan dipengaruhi oleh ideologi penerjemahan yang dianut oleh penerjemah. Ketika seorang penerjemah menganut ideologi foreinisasi maka metode yang akan dipilih adalah metode yang mendukung keutuhan nilai-nilai budaya bahasa sumber, Sementara itu, bagi penerjemah yang menganut ideologi domestikasi, metode yang akan menjadi pilihannya tentu yang memungkinkan pengalihan kultur bahasa sumber kedalam kultur bahasa sasaran.

Output

Bahasa sumber adalah hasil pengalihan dari bahasa sasaran. Hasil terjemahan harus akurat sehingga tidak ada distorsi makna dalam terjemahan, Pengukuran keakuratan telah dikembangkan oleh Nababan, Nuraeni dan Sumarjono (2012). Terjemahan akurat adalah makna kata, frasa, klausa dan kalimat dalam bahasa sumber telah dialihkan ke bahasa sasaran.

Outcomes

Ada dua hal terkait hasil atau outcome sebagai berikut.

1. Keberterimaan: Hasil terjemahan dapat digunakan. Bahasa yang diterjemahkan harus berterima dalam konteks bahasa sasaran. Hasil terjemahan sudah tersusun dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar.
2. Keterbacaan: Terjemahan harus bermanfaat dari aspek keterbacaan. Keterbacaan dari terjemahan tersebut mudah dipahami atau sulit dipahami.

Pembahasan Pengalihan Pesan

Pengalihan pesan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran adalah salah satu yang terdapat pada model penerjemahan. Pengalihan pesan adalah inti dari proses penerjemahan. Pesan bahasa sumber yang dialihkan harus akurat dan sepadan dalam bahasa sasaran. Kesepadanan harus tercapai pada tataran makna, gramatika, dan budaya.

Peneliti menggunakan data terjemahan yang menjelaskan konsep pemasaran dalam buku teks *Marketing Management* yang ditulis oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. Data yang berupa kalimat yang menjelaskan konsep pemasaran dalam bahasa sumber beserta hasil terjemahannya dipakai untuk mengimplementasikan model terjemahan pada aspek pengalihan pesan. Data penelitian berjumlah 125 data yang menjelaskan konsep pemasaran. Berikut ini adalah contoh

Analisis pengalihan pesan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran .

Analisis Pengalihan Pesan dalam Terjemahan Buku Teks *Marketing Management* dapat dicontohkan sebagai berikut. Di dalam contoh ini penulis menyajikan teks bahasa sumber, bahasa sasaran dan terjemahan ulang sebagai saran perbaikan.

(1a) Bahasa Sumber: *Formally or informally, people and organization engage in a vast number of activities that we could call marketing.*

(1b) Bahasa sasaran : Secara formal atau informal, orang dan organisasi terlibat dalam sejumlah besar aktivitas yang dapat kita sebut pemasaran.

Analisis

Dari hasil terjemahan di atas; penerjemah mempertahankan struktur kalimat, sehingga tidak terjadi pergeseran atau perubahan struktur kalimat, yaitu kalimat simplek. Ada dua temuan yang tidak tepat, yaitu kata *engaged* diterjemahkan terlibat seharusnya terikat, terlibat dan terikat memiliki makna yang berbeda. *People* diterjemahkan menjadi orang (tunggal), seharusnya jamak misalnya *para individu*.

Terjemahan ulangnya adalah: *secara formal dan informal, para individu dan organisasi terikat dalam sejumlah besar aktivitas yang kita dapat sebut pemasaran*.

- (2a) Bahasa sumber: *Marketing has been defined as an organizational function and a set of processes for creating, communicating, and delivering value to customers and for managing customer relationships in ways that benefit the organization and its stakeholders.*
- (2b) Bahasa sasaran: Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Analisis

Dari terjemahan di atas tidak terjadi pergeseran struktur kalimat, namun terdapat ketidak tepatan dalam mengalihbahasaan “ *Marketing has been defined as*” diterjemahkan menjadi *pemasaran adalah*, padahal seharusnya *pemasaran telah didefinisikan sebagai ...* karena kalimat tersebut merupakan kesimpulan dari beberapa penjas mengenai pemasaran sebelumnya. Ketidak tepatan yang kedua adalah *gerund* diterjemahkan menjadi *to*

infinitive ... a set of processes for creating, communicating, and delivering value to customers, seharusnya tetap dalam bentuk kata *gerund*, *serangkaian proses penciptaan, pengkomunikasian, dan penghantaran nilai kepada pelanggan*, meskipun maknanya hampir sama tetapi keakurasian tata bahasa menjadi kurang. Dalam menterjemahkan “ *in ways*” diterjemahkan menjadi *dengan cara*, seharusnya *dalam berbagai cara*. *Its stakeholders diterjemahkan menjadi pemangku kepentingan* seharusnya diterjemahkan menjadi *relasinya*.

Terjemahan ulangnya adalah: *Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses penciptaan, pengkomunikasian, dan pemberian nilai kepada pelanggan dan untuk pengelolaan hubungan pelanggan dalam berbagai cara yang menguntungkan organisasi dan para relasinya*.

- (3a) Bahasa Sumber: *Thus, we see marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.*
- (3b) Bahasa sasaran: Karenanya, kita memandang manajemen pemasaran (marketing management) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan, dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Analisis

Tidak terjadi perubahan struktur sehingga tidak terjadi pergeseran kalimat, Sementara itu, temuan kekeliruan adalah pengubahan *gerund* menjadi *infinitive* sehingga terjadi pergeseran makna pada kalimat berikut ini, *... as the art and*

science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value. Sebaiknya penerjemah tetap menerjemahkan geund sebagai kata kerja yang dibendakan daripada kata kerja murni(verb) dengan menerjemahkan *of* menjadi *dalam* sehingga aspek akurasi menjadi lebih baik ..*sebagai seni dan ilmu pengetahuan dalam pemilihan pasar sasaran, dan peraihan, pemeliharaan, penumbuhan pelanggan melalui penciptaan, penghantaran, dan pengkomunikasian nilai pelanggan unggul.*

Terjemahan ulangnya adalah: *Dengan demikian, kita memandang manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam pemilihan sasaran, dan peraihan, pemeliharaan, dan penumbuhan pelanggan melalui penciptaan, penghantaran, dan pengkomunikasian nilai pelanggan unggul.*

(4a) Bahasa sumber: *A social definition shows the role marketing plays in society; for example, one marketer said that marketing's role is to deliver a higher standard of living.*

(4b) Bahasa sasaran: Definisi sosial menunjukkan peran yang dimainkan pemasaran di dalam masyarakat sebagai contoh, seorang pemasar berkata bahwa peran pemasaran adalah untuk memberikan standar kehidupan yang lebih tinggi

Analisis

Penerjemah melakukan pergeseran struktur kalimat aktif menjadi pasif untuk mencapai kesepadanan makna, tetapi justru mengubah makna bahasa sumber. Menurut penulis, terjemahan ini tidak perlu mengubah struktur kalimat dari aktif menjadi pasif, tetapi cukup menambahkan kata *bahwa*. Definisi sosial menunjukkan bahwa pemasaran memainkan peran dalam masyarakat.

Penerjemah menerjemahkan kata *deliver* memberikan, sebenarnya kata yang tepat adalah menyampaikan, ...seorang pemasar berkata bahwa peran pemasaran adalah untuk menyampaikan standar hidup yang lebih tinggi.

Terjemahan ulangnya adalah *Definisi sosial menunjukkan bahwa pemasaran memainkan peran dalam masyarakat; sebagai contoh, seorang pemasar mengatakan bahwa peran pemasaran adalah untuk menyampaikan standar hidup yang lebih tinggi.*

(5a) Bahasa sumber: *Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others.*

(5b) Bahasa sasaran: Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Analisis

Pada terjemahan tersebut terdapat ketidaktepatan dalam menerjemahkan kata *through*, *dengan*, seharusnya melalui sehingga diikuti kata benda (gerund) kalau diterjemahkan menjadi "dengan" pasti akan diikuti kata kerja infinitive . dan kata *a* tidak perlu diterjemahkan menjadi *sebuah*, penerjemah juga mengalihbahasakan *by which dimana* seharusnya diterjemahkan menjadi *sehingga*, kemudian kekeliruan berikutnya adalah produk dan jasa yang bernilai dipertukarkan seharusnya yang dipertukarkan itu nilai dari barang dan jasa., sehingga terjemahannya adalah *Pemasaran merupakan proses kemasyarakatan sehingga individu dan*

kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, pertukaran nilai dari barang dan jasa secara bebas .

Terjemahan ulangnya adalah: *Pemasaran adalah proses kemasyarakatan sehingga individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, melakukan pertukaran nilai barang dan jasa dengan bebas dengan pihak lain.*

(6a) Bahasa sumber: *The production concept is one of the oldest concepts in business. It hold that consumers will prefer products that are widely available and inexpensive.*

(6b) Bahasa sasaran: Konsep produksi adalah salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal.

Analisis

Kekeliruan dalam terjemahan di atas adalah penerjemah mengalihbahasakan *widely* dengan banyak sehingga terjadi perubahan makna, sementara yang diinginkan oleh penulis buku adalah secara luas. Kata *will* tidak diterjemahkan padahal kata *will* itu penting karena mengandung makna sebab akibat, *consumers* diterjemahkan menjadi tunggal harusnya jamak.

Terjemahannya ulang adalah sebagai berikut: *konsep produksi adalah salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep ini menyatakan bahwa para konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia secara luas dan tidak mahal.*

(7a) Bahasa sumber: *Relationship marketing , a key goal of marketing is to develop deep, enduring relationships with people and organizations that*

could directly or indirectly affect the success of the term's marketing activities.

(7b) Bahasa sasaran: Pemasaran Hubungan. Tujuan kunci pemasaran adalah mengembangkan hubungan yang dalam dan bertahan lama dengan orang dan organisasi yang dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kesuksesan pemasaran

Analisis

pada terjemahan di atas, *people* diterjemahkan menjadi *orang*, sebaiknya *para individu*. Penerjemah mempertahankan struktur kalimat yang sama dengan bahasa sumber.

(8a) Bahasa sumber: *Heightened competition Brand manufacturers are facing intense competition from domestic and foreign brand, resulting in rising promotion costs and shrinking profit margins.*

(8b) Bahasa sasaran: Persaingan yang meningkat. Produsen merek menghadapi persaingan yang semakin ketat dari merek domestik dan asing. Akibatnya biaya promosi meningkat dan margin keuntungan semakin kecil.

Analisis

Penerjemah melakukan pergeseran dari satu kalimat simplek menjadi dua kalimat simplek. Menurut penulis tidak perlu mengubah menjadi dua kalimat dengan menggunakan kata penghubung *yang*, dan kekeliruan yang kedua *Heightened competition* diterjemahkan persaingan yang sedang meningkat, seharusnya persaingan yang ditingkatkan karena *heightened* adalah *past participle* bukan *present participle*, kekeliruan yang ketiga adalah *present continuous tense* diterjemahkan menjadi *simple present* sehingga mengubah makna.

Terjemahan yang tepat adalah *Persaingan yang ditingkatkan. Para produsen merek sedang menghadapi persaingan yang ketat dari merek domestik dan asing yang mengakibatkan biaya promosi meningkat dan margin keuntungan menyusut.*

(9a) Bahasa Sumber: *New Company Capabilities They can also conduct fresh marketing research using the internet to arrange for focus group, send out questionnaires, and gather primary data in several other ways*

(9b) Bahasa sasaran: Kemampuan Baru Perusahaan. Mereka (para peneliti) juga dapat melakukan riset pemasaran yang baru dengan menggunakan internet untuk mengadakan kelompok fokus, mengirimkan kuesioner, dan mengumpulkan data primer dengan beberapa cara.

Analisis

Dari hasil terjemahan di atas, pengalihan bahasa yang kurang tepat, yaitu *fresh* diterjemahkan menjadi baru seharusnya aktual, *arrange* diterjemahkan menjadi mengadakan seharusnya menentukan focus group dialihbahasakan menjadi kelompok fokus, seharusnya kelompok sasaran. Penerjemah tampaknya ingin mempermudah proses penerjemahannya dengan menggunakan ideologi forensiasi.

Penulis menerjemahkan ulang dengan hasil sebagai berikut: *Para peneliti dapat juga melakukan penelitian pemasaran yang masih aktual dengan menggunakan internet untuk menentukan kelompok sasaran, mengirimkan kuesioner, dan mengumpulkan data primer dengan berbagai cara.*

(10a) Bahasa sumber: *Key Ingredient of the marketing management process are insightful creative marketing*

strategies and plans that can guide marketing activities.

(10b) Bahasa sasaran: Unsur utama proses manajemen pemasaran adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran.

Analisis

Hasil terjemahan sudah sesuai dengan tatabahasa bahasa sumber, dan struktur bahasa pada terjemahan sama dengan bahasa sumber, yaitu kalimat simplek.

(11a) Bahasa sumber: *Marketing and Customer Value. Marketing is about satisfying customers' needs and wants. The task of any business is to deliver customer value at profit.*

(11b) Bahasa sasaran: Pemasaran dan Nilai Pelanggan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah inti dari pemasaran. sasaran dari setiap bisnis adalah menghantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba.

Analisis

Penulis menemukan kekeliruan pada penerjemahannya, penerjemah menambahkan kata inti padahal tidak terdapat pada bahasa sumbernya. Penerjemah memulainya dengan kata kebutuhan sebagai subjek, seharusnya diterjemahkan sesuai struktur kalimat aslinya saja akan lebih akurat dan berterima. Pada kalimat yang kedua, *value of profit* diterjemahkan sendiri-sendiri, seharusnya tidak boleh dipisah karena merupakan satu kesatuan. Ada kata yang tepat untuk menerjemahkan kata *business* yaitu kegiatan usaha.

Dari hasil analisis tersebut, menurut penulis terjemahan yang tepat adalah: Pemasaran dan Nilai Pelanggan. Pemasaran merupakan pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tugas dari setiap kegiatan usaha adalah

menghantarkan nilai keuntungan terhadap pelanggan

(12a) Bahasa sumber: *The Selling Concept.*

The selling concept is practiced most aggressively with unsought goods, goods that buyers normally do not think of buying, such as insurance, encyclopedias, and cemetery plots. Most firms also practice the selling concept when they have overcapacity. Their aim is to sell what they make, rather than make the market want.

(12b) Bahasa sasaran: Konsep penjualan dipraktikkan paling agresif untuk barang-barang yang tidak dicari (unsought goods), yaitu barang-barang yang biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli konsumen, seperti asuransi, ensiklopedia, dan peti mati. Kebanyakan perusahaan juga mempraktekan konsep penjualan ketika mengalami kelebihan kapasitas. Tujuannya adalah menjual apa yang mereka buat, alih-alih membuat apa yang diinginkan pasar.

Analisis

dari terjemahan di atas terdapat terjemahan yang tidak sepadan di antaranya adalah *rather than* diterjemahkan menjadi alih-alih, seharusnya dialihbahasakan menjadi *daripada sekedar*. *Most companies* lebih tepat dialihbahasakan menjadi *kebanyak perusahaan* seharusnya *sebagian besar perusahaan, ... the selling concept when they have overcapacity*. sebaiknya diterjemahkan menjadi *...konsep penjualan tersebut ketika perusahaan-perusahaan tersebut mengalami kelebihan kapasitas*.

Terjemahan ulangnya adalah: Konsep penjualan dilakukan paling agresif untuk barang-barang yang biasanya tidak dicari oleh para pembeli, yaitu barang-barang yang biasanya tidak

terpikirkan untuk dibeli oleh para konsumen, seperti asuransi, ensiklopedia, dan peti mati. Sebagian besar perusahaan mempraktekan konsep penjualan tersebut ketika perusahaan-perusahaan tersebut mengalami kelebihan kapasitas. Tujuannya adalah menjual apa yang mereka buat, daripada sekedar memenuhi kebutuhan yang diinginkan pasar.

(13a) Bahasa sumber: *The traditional view of marketing is that the firm makes something and then sells it. In this view, marketing takes place in the second half of the process. Companies that subscribe to this view have the best chance of succeeding in economies marked by goods shortages where consumers are not fussy about quality, features, or style –for example , basic staple good in developing market.*

(13b) Bahasa sasaran: Pemasaran tradisional memandang bahwa perusahaan membuat sesuatu dan kemudian menjualnya. Dalam pandangan ini, pemasaran terjadi di paruh kedua proses. Perusahaan yang menerapkan pandangan ini memiliki peluang sukses terbaik dalam ekonomi yang ditandai kelangkaan barang di mana konsumen tidak memusingkan kualitas, fitur atau gaya, --misalnya barang primer dasar di psasr yang sedang berkembang.

Analisis

Ada yang kurang sepadanan dalam menerjemahkan :... *marketing takes place in the second half of the process*, yang diterjemahkan menjadi: *...pemasaran terjadi di paruh kedua proses* harusnya *...pemasaran terjadi di paruh proses yang kedua karena second menunjukkan urutan (cardinal)*. Kode data: C2/P2/75

(14a) Bahasa Sumber: *The Value Chain. Michael Porter of Harvard has proposed the value chain as a tool for identifying ways to create more customer value. According to this model, every firm is a syntesis of activities perform to design , produce, market, deliver, and support its product.*

(14b) Bahasa Sasaran: Rantai Nilai. Michael dari Harvard mengatakan rantai nilai (value chain) alat untuk mengidentifikasi cara menciptakan lebih banyak nilai pelanggan. Menurut model ini, setiap perusahaan merupakan sintesis dari beberapa kegiatan yang dilaksanakan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, menghantarkan, dan mendukung produknya.

Analisis

Terdapat beberapa pengalihan bahasa yang tidak sepadan: *has proposed dialihbahasakan mengatakan seharusnya telah mengusulkan* , kedua;... *to create more customer value diterjemahkan ... menciptakan lebih banyak nilai pelanggan sehingga dapat menimbulkan ketidakjelasan seharusnya untuk menciptakan nilai lebih bagi pelanggan.*

Terjemahan ulangnya adalah: Rantai Nilai. Michael Porter telah mengusulkan rantai nilai sebagai alat untuk pengidentifikasian cara penciptaan lebih banyak nilai pelanggan. Menurut model ini setiap perusahaan merupakan sintesis dari berbagai kegiatan yang dipertunjukkan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, menyampaikan, dan mendukung produknya.

(15a) Bahasa sumber: *Holistic marketers achieve profitable growth by expanding customer share, building customer loyalty and capturing customer lifetime value.*

(15b) Bahasa Sasaran: Pemasar holistik mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dengan memperluas pangsa pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan menangkap nilai seumur hidup pelanggan.

Analisis

Marketers diterjemahkan menjadi pemasar, seharusnya para pemasar yang menunjukkan jamak.

(16a) Bahasa sumber: *Value Exploration. Finding new value opportunities is a matter of understanding the relationships among three spaces: (1) the customer's cognitive space,(2)the compnay's comptence space, (3) the collaborator's resource space.*

(16b) Bahasa sasaran: Eksplorasi Nilai. Menemukan peluang nilai baru adalah masalah memahami hubungan antara 3 ruang:(1) ruang kognitif pelanggan, (2) ruang kompetensi perusahaan, dan (3) ruang sumber daya kolaborasi.

Analisis

Terdapat terjemahan yang kurang sepadanan di antaranya adalah: *Finding new value opportunities dialihbahasakan menjadi Menemukan peluang nilai baru* seharusnya dialihbahasakan menjadi *Penemuan berbagai peluang baru yang bernilai*. Kedua, terjemahan untuk frasa... *a matter of understanding the relationships among three spaces dialihbahasakan menjadi masalah memahami hubungan antara 3 ruang* seharusnya ...*aspek yang terkait dengan pemahaman hubungan di antara tiga ruang*. *Finding* diterjemahkan sebagai *infinitive* seharusnya diterjemahkan sebagai gerund.

Terjemahan ulang yang disarankan: *Penemuan berbagai peluang baru* merupakan permasalahan pemahaman

hubungan antara 3 ruang:(1) ruang kognitif pelanggan, (2) ruang kompetensi perusahaan, dan (3) Pihak yang bekerjasama memiliki sumber daya .

(17a) Bahasa sumber: *Value Creation*.
Value-creation skills for marketers include identifying new customer benefits from the customer's view; utilizing core competencies from business domain; and selecting and managing business partners from its collaborative networks. To create new customer benefits, marketers must understand what the customer thinks about, wants, does, and worries about and observe whom customers admire and interact with, and who influences them.

(17b) Bahasa sasaran: Penciptaan Nilai. Keahlian menciptakan nilai bagi pemasar meliputi pengindentifikasian manfaat pelanggan baru dari pandangan pelanggan; pemanfaatan kompetensi inti dari wilayah bisnisnya; dan pemilihan serta pengelolaan mitra bisnis dari jaringan kolaborasinya. Untuk menciptakan manfaat pelanggan baru, *pemasar harus memahami pikiran pelanggan, keinginan, tindakan dan kekhawatiran pelanggan serta meneliti siapa yang dikagumi pelanggan dan berinteraksi dengannya, serta siapa mempengaruhi mereka.*

Analisis

tidak terjadi perubahan struktur kalimat pada terjemahan di atas, namun ada beberapa phrasa atau kalimat hasil terjemahannya tidak tepat, misalnya *value creation* dialihbahasakan menjadi keahlian menciptakan nilai seharusnya *creation* diterjemahkan sebagai gerund yaitu penciptaan, kolaborasi sebaiknya dibahasa Indonesiakan yaitu kerjasama, , seharusnya ..., *what the customer thinks*

about, wants,... diterjemahkan menjadi *...pikiran pelanggan, keinginan,...* sehingga terjadi pergeseran makna seharusnya ... *apa yang para pelanggan pikirkan...* observe diterjemahkan menjadi *meneliti* seharusnya *mengamati*

Terjemahan ulang: Penciptaan nilai. Keahlian penciptaan nilai bagi pemasar meliputi pengindentifikasian manfaat pelanggan baru dari sudut pandang pelanggan, pemanfaatan kompetensi inti dari wilayah bisnisnya; dan pemilihan serta pengelolaan mitra usaha dari jaringan kerjasama. Untuk menciptakan manfaat dari pelanggan baru, para pemasar harus memahami apa yang dipikirkan, apa yang diinginkan oleh pelanggan serta mengetahui tindakan dan kekhawatiran pelanggan dan mengamati kepada siapa mereka kagumi, dan kepada siapa mereka berinteraksi, serta siapa yang mempengaruhi mereka.

(18a) Bahasa sumber: *Integrative Growth*.
A business can increase sales and profits through backward, forward, or horizontal within its industries.

(18b) Bahasa sasaran: Pertumbuhan Integratif. Sebuah bisnis dapat meningkatkan penjualan dan laba melalui *integrasi* ke belakang, ke depan, dan horizontal di dalam industrinya.

Analisis

tatabahasa sudah sesuai dengan tatabahasa pada bahasa sumber
 Kode data: C2/P2/H89

(19a) Bahasa sumber: SWOT Analysis. *The overall evaluation of a company's strength, weaknesses, opportunities, and threats is called SWOT Analysis. It's a way of monitoring the external internal marketing environment.*

(19b) Bahasa sasaran: Analisis SWOT. Keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan

ancaman perusahaan disebut *Analisis SWOT*. *Analisis SWOT* (strength, weaknesses, opportunities, threat) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.

Analisis

Dari terjemahan di atas tidak terjadi perubahan struktur kalimat. *The overall evaluation* sebaiknya dialihbahasakan menjadi evaluasi yang lengkap atau menyeluruh, kata *tentang* sebaiknya diganti dengan kata *terkait* sehingga terjemahannya adalah evaluasi yang lengkap terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan perusahaan disebut

Analisis SWOT. Pada kalimat kedua *monitoring* diterjemahkan menjadi mengamati seharusnya *pengawasan* (dasar-dasar manajemen adalah perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi). Sehingga, terjemahannya adalah *Analisis SWOT* merupakan cara pengawasan lingkungan pemasaran eksternal dan internal.

Terjemahan ulang: *Analisis SWOT. Evaluasi yang lengkap terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari sebuah perusahaan disebut Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan cara pengamatan lingkungan pemasaran internal dan eksternal.*

Kode data:C.2/h.75/7

(20a) Bahasa sumber: *Strong companies are reenginerring their work flows and building cross-functional teams to be responsible for each process.*

(20b) Bahasa sasaran: Perusahaan yang kuat merekayasa kembali alur kerja mereka dan membangun tim lintas fungsional yang bertanggungjawab dalam tiap-tiap proses.

Analisis

Frasa *...are reenginerring* harusnya diterjemahkan menjadi *sedang*

merekayasa ulang, artinya menunjukkan kegiatan yang sedang berproses, apabila tidak menambahkan kata sedang, makna berbeda dengan makna pada bahasa sumbernya,

Terjemahan ulang: Perusahaan-perusahaan yang kuat sedang melakukan perekayasaan ulang alur kerja mereka dan membangun tim lintas fungsional yang bertanggungjawab untuk setiap proses.

(21a) Bahasa sumber: *Core Competencies. Traditionally, companies owned and controlled most of the resources that entered their business –labor power, materials, machines, information and energy -but this situation is changing. Many companies today outsource less-critical resources if they can obtain better quality or lower cost.*

(21b) Bahasa sasaran: Kompetensi inti. Dulu, perusahaan memiliki dan mengendalikan sebagian besar sumber daya yang memasuki bisnis mereka – tenaga kerja, bahan, mesin, informasi, dan energi –tetapi situasi ini tengah berubah. Kini banyak perusahaan meng—*outsource* sumber daya yang kurang penting jika mereka bisa mendapatkan kualitas yang lebih baik atau biaya yang lebih rendah.

Analisis

Sebaiknya kata *tradisionally* tidak diterjemahkan menjadi dulu tapi dialihbahasakan menjadi konsep lama atau konsep tradisional karena dulu dan tradisional berbeda, bisa saja sesuatu yang tradisional masih dipergunakan sampai saat ini.

Terjemahan ulang: Kompetensi inti. Pada konsep lama, perusahaan memiliki berbagai sumber daya sendiri dan mengendalikan sebagian sumber daya milik mereka –tenaga kerja, bahan, mesin, informasi, dan energi tetapi

keadaan seperti itu sedang berubah. Kini banyak perusahaan meng-*outsource* sumber daya dengan kualitas baik dengan biaya yang lebih rendah.

(22a) Bahasa sumber: *The marketing plan is the central instrument for directing and coordinating the marketing effort.*

(22b) Bahasa sasaran: Rencana pemasaran (marketing plan) Adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran.

Analisis

Kata *central* diterjemahkan menjadi sentral seharusnya penting. Plan sebaiknya diterjemahkan menjadi perencanaan, karena plan pada bahasa sumber adalah kata benda yang berarti perencanaan.

Terjemahan ulang: Perencanaan pemasaran adalah instrumen penting untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran.

(23a) Bahasa sumber: Organizational and Organizational Culture. What is exactly corporate? Most business people would be hard – pressed to describe this elusive concept , which some defines as “the shared experiences, stories, beliefs, and norms that characterize an organization”.

(23b) Bahasa sasaran: Organisasi dan Budaya Organisasi. Apa sebenarnya budaya korporat itu? Sebagian besar pebisnis sulit menggabarkan konsep elusif ini, yang didefinisikan oleh beberapa orang sebagai ‘pengalaman, cerita, kepercayaan, dan norma yang dimiliki bersama dan menentukan karakter organisasi.

(catatan: elusive: sukar untuk dipahami, sukar ditangkap)

Analisis

Kata *elusive* pada terjemahan di atas adalah kata penting oleh sebab itu harus dibahas indonesiakan. Elusive artinya susah untuk dipahami. Business people diterjemahkan menjadi pebisnis, sebaiknya diterjemahkan menjadi pelaku usaha.

Terjemahan ulang: Organisasi dan Budaya Organisasi. Apa sebenarnya pengertian budaya perusahaan? Para pelaku usaha kesulitan untuk memahami konsep budaya organisasi karena sulit untuk dipahami, beberapa definisi menyatakan bahwa budaya organisasi sebagai pertukaran pengalaman, cerita, kepercayaan, dan norma-norma yang membentuk karakter organisasi.

(24a) Bahasa sumber: *Key ingredients of the marketing management process are insightful, creative marketing strategies and plans that can guide marketing activities. Developing the right marketing strategy over time requires a blend of discipline and flexibility. Firms must stick to a strategy but also find new ways to constantly improve it.*

(24b) Bahasa sasaran: Unsur utama proses manajemen adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Pengembangan strategi pemasaran yang benar sepanjang waktu memerlukan bauran disiplin dan fleksibilitas. Perusahaan harus tetap berpegang pada strategi, tetapi juga menemukan cara baru untuk terus mengembangkannya.

Analisis

Pada terjemahan di atas *key* diterjemahkan menjadi utama, bukan kunci menurut penulis sudah tepat karena diikuti kata ingredient yang berarti

unsur atau ramuan. Pada kata *insightfull* diterjemahkan menjadi mendalam, padahal *insightfull* artinya wawasan atau pengetahuan yang luas, ... *insightfull, creative marketing strategies and plans...* seharusnya dialihbahasakan menjadi ... perencanaan dan strategi pemasaran yang kreatif dan berwawasan luas ... berikutnya terjemahan yang kurang sepadan adalah *require* artinya meminta bukan membutuhkan; meminta dan membutuhkan memiliki makna yang tidak sepadan, kata lainnya yaitu *discipline* diterjemahkan menjadi disiplin padahal yang diinginkan pada konteks tersebut adalah pengetahuan, sehingga untuk menerjemahkan ... *Developing the right marketing strategy over time requires a blend of discipline and flexibility. Pengembangan strategi pemasaran yang tepat meminta bauran pengetahuan dan fleksibilitas . Pada akhir kalimat terdapat frasa... constantly improve it,* dialihbahasakan menjadi terus mengembangkannya, sebenarnya yang makna yang tepat adalah *terus menerus memperbaikinya* .

Dari *Analisis* tersebut, terjemahan ulangannya adalah ...Unsur utama manajemen pemasaran adalah perencanaan dan strategi pemasaran yang kreatif dan berwawasan luas yang dapat memandu berbagai kegiatan pemasaran. Pengembangan strategi pemasaran yang tepat sepanjang waktu meminta bauran pengetahuan dan fleksibilitas. Perusahaan harus tetap berpegang pada strategi, tetapi juga menemukan cara baru yang terus menerus memperbaikinya.

Mengingat terbatasnya ruang tulis, penulis cukupkan deskripsi data penelitian. Contoh-contoh yang disajikan di atas memang tidak semuanya, namun dirasa cukup untuk menggambarkan data yang ada.

Pengalihan Pesan Dalam Terjemahan Buku Teks *Fundamentals of Financial Management*

Keakuratan Hasil Terjemahan Istilah *Manajemen keuangan*

Fundamentals of Financial Management sebagai buku pegangan dalam mata kuliah Manajemen Keuangan telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Edisi yang terakhir yang telah dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia adalah Edisi 13. Dari edisi terjemahan yang menjadi subjek penelitian adalah Edisi 9, Edisi 12, dan Edisi 13. Dalam penelitian ini, aspek keakuratan terjemahan menjadi pokok pembahasan. Dari hasil temuan, dalam Edisi 12, dari 175 istilah yang dinilai oleh informan yang memiliki keakuratan rata-rata sebanyak 141 (80, 57). Hal ini dapat disimpulkan bahwa makna dalam buku terjemahan Edisi 12 dapat dianggap akurat. Begitu juga dalam Edisi 13, dari 175 istilah yang dinilai oleh informan yang memiliki keakuratan rata-rata sebanyak 153 (87, 42%). Juga dapat disimpulkan bahwa makna dalam buku terjemahan Edisi 13 dianggap akurat. Lihat tabel berikut.

Buku Terjemahan	Keakuratan						Total
	Akurat		Kurang Akurat		Tidak Akurat		
		%		%		%	
Edisi 12	141	80,57	29	16,57	5	2,85	175/99,99
Edisi 9	63	36	67	38,28	45	25,71	175/99,99
Edisi 13	153	87,42	19	10,85	3	1,71	175/99,98

Sementara itu, dalam Edisi 9, dari 175 istilah yang dinilai oleh informan yang memiliki keakuratan rata-rata sebanyak 63 (36%). Masih jauh untuk mencapai bahkan sampai ke setengah dari jumlah

istilah yang dibahas, sehingga membawa ke kesimpulan bahwa makna dalam buku terjemahan Edisi 9 dianggap tidak akurat.

Perbandingan keakuratan terjemahan istilah manajemen keuangan dari buku teks *Fundamentals of Financial Management* adalah: yang paling akurat dalam Edisi 13, urutan kedua tingkat keakuratan dalam Edisi 12, dan dalam Edisi 9 tidak akurat. Tingkat keakuratan yang rendah, sebesar 36% pada Edisi 9 mengarahkan pada faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi rendahnya penilaian informan terhadap keakuratan terjemahan istilah manajemen keuangan. Faktor yang pertama menurut peneliti adalah faktor kekinian. Edisi 9 yang paling terdahulu (1997) kemungkinan besar masih terbatas dalam hal istilah, baik padanan dalam bahasa sasaran maupun referensi lain yang dapat mendukung, misalnya ketersediaan kamus atau referensi terjemahan sebelumnya untuk perbandingan. Selain itu, penerjemah Edisi 9, Heru Sutojo yang merupakan seorang sarjana ekonomi, yang mungkin dianggap lebih mengerti keakuratan makna pesan yang terkandung dalam istilah manajemen keuangan, akan tetapi tidak bisa menjamin keakuratan dalam mentransfer pesan yang terkandung dalam bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran. Yang selanjutnya, menurut peneliti adalah ketiadaan atau pengabaian referensi pendukung, kemudian tidak bisa dipungkiri bahwa penggunaan teknik penerjemahan '*Reduction*' telah menyumbang terhadap tingkat keakuratan dalam edisi terjemahan ini. Yang terakhir adalah ketiadaan pengetahuan tentang teori penerjemahan, atau bahkan mungkin dalam proses penerjemahan tidak ada pemikiran tentang seperti apa penerjemahan yang baik itu.

Sementara itu, Edisi 12 (2005) dan 13 (2015) yang dinilai akurat oleh informan memiliki kekinian yang lebih

daripada Edisi 9. Hal ini memberikan dampak positif terhadap keakuratan hasil terjemahannya. Padanan dalam bahasa sasaran sudah lebih banyak, penggunaan istilah dalam bahasa sasaran sudah lebih lazim, tidak ada yang '*obsolete*'. Referensi lain, seperti hasil terjemahan dan kamus telah tersedia. Edisi 12 diterjemahkan oleh dua orang yang memiliki bidang ilmu berbeda, ilmu ekonomi dan ilmu bahasa. Seorang yang memiliki ilmu bahasa, mungkin sedikitnya memiliki pengetahuan tentang penerjemahan sehingga tidak heran hasil terjemahannya memiliki keakuratan tinggi walaupun masih berada di bawah keakuratan Edisi 13. Walaupun begitu, harus juga dilihat faktor-faktor lain yang memberikan dampak pada nilai keakuratan terjemahan istilah manajemen keuangan ini. Untuk Edisi 13, yang pertama, peneliti tetap berpendapat bahwa kekinian lebih memberikan dampak positif terhadap keakuratan hasil terjemahan ini: ketersediaan padanan yang lebih, referensi hasil terjemahan terdahulu untuk perbandingan. Walaupun latar belakang pendidikan penerjemah tidak diketahui, yang merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keakuratan hasil terjemahan, keuntungan memiliki referensi pendukung lain yang lebih beragam merupakan nilai plus dalam keakuratan hasil terjemahannya.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengalihan pesan menjadi kurang akurat karena ada keterbatasan penerjemah dalam penguasaan struktur bahasa baik bahasa sumber maupun bahasa sasaran.
2. Pengalihan pesan menjadi kurang akurat karena adanya penambahan informasi yang dilakukan oleh penerjemah.

3. Model Penerjemahan yang digunakan dalam menerjemahkan buku teks ekonomi meliputi teks dalam bahasa sumber sebagai *input*, proses yang mencakup kesepadanan, ideologi, metode dan teknik penerjemahan, *output* sebagai hasil dalam bahasa sasaran dan *outcome* yang merepresentasikan kualitas terjemahan.
4. Pengalihan pesan dari istilah teknis manajemen keuangan rata-rata akurat karena tidak dipengaruhi oleh struktur kalimat.

- Griffiths, P. 2006. *An Introduction to English Semantics and Pragmatics*. Edinburgh: Endinburgh University Press
- Hatim, Basil and Jeremy Munday. 2004. *Translation, An Advance Resource Book*. New York: Routledge.
- Hiltrop, JM. 2008. *Human Resource Management in the Future*. 13th Edition. London. Prentice Hall,
- Ida Sundari Husen. 2005. *Masalah pilihan Kata dalam Penerjemahan: Menciptakan Kata Baru atau Menerima Kata Pinjaman*. *Lingua* Vol. 9 No. 1 Maret 1-15
- Malmkjaer, K. 2005. *Linguistics and Language of Translation*. Edinburgh: Endinburgh University Press.
- Molina, L. & Hurtado.A. 2002. *Transalation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalish Approach*. *Meta*, Vol.47, n.4. p. 498-512. University Press.
- Munday, J. 2001. *Introducing Translation Studies*. New York: Routledge.
- Mubarakah, Q. 2013. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta. Salemba 4.
- Munday, 2001. *Theories in Translation*. Prentice Hall, London
- Nababan, R. 2003. *Teori Terjemahan Bahasa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Newmark, 1988. *A Textbook of Translation*. London: Prentice Hall.
- Nida, E.A & Taber. 1974. *The Theory and Practice of Translation*. Den Haag. Brill.
- Pateda, M.. 2010. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pusat Bahasa. 2007. *Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing*. Jakarta: Mendiknas
- Radford, A.. 2004. *English Syntax*. New York: Cambridge University Press

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, Mona. 2009. *Translation Studies*. New York: Rountledge
- Baker, Mona, *In Other Words.*, Prentice Hall, London
- Catford, JC. 1974. *A Linguistic Theory of Translation*. New York: Oxford University Press.
- Boris Burden, dkk., 2009, *Cultural Translation: an introduction to the problem, and responses*. *Translation Studies* [Volume 2, Issue 2](#)
- Cronin, Michael & Sherry Simon. 2014. *Translation and the City*. *Translation Studies*,
- Evans Jonathan. 2014. *Film Remake, the blacksheep of translation*. *Translation Studies*
- Fitriasari, D. 2005. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta. Salemba 4.
- Fromkin, Victoria. *An Introduction to Language*. New south Wales: Harcourt Brace
- Jovanovic Group(Australia) Pty.limited.

- Santosa, R. 2003. *Semiotika sosial: Pandangan Terhadap bahasa*. Surabaya: Pustaka Eurika & JP. Press.
- Suwardjono. *Pedoman Umum Pembentukan Istilah(PUPI)* Jakarta: Mendiknas
- Thomson, G. 2004. *Introduction to Functional Grammar*. New York: Oxford University Press Inc.
- Wiratno, T. dan Santosa, R. .2011. *Pengantar Linguistik Umum*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Yule, G. 2006. *The Study of Language*. UK: Cambridge University Press.
- Van Horne, James C., & Wachowicz J.M.,Jr.,2008. *Fundamentals of Financial Management*. 13th Edition, London: Prentice Hall.

PERAN KELOMPOK NOMINA (LINGUISTIK SISTEMIK FUNGSIONAL) DALAM PENILAIAN KEAKURATAN TERJEMAHAN TEKS BIDANG SAINS

(Analisis keakuratan terjemahan teks yang mengandung istilah sistem informasi dan manajemen dalam buku Pengantar Sistem Informasi dan Manajemen Perspektif Bisnis Manajerial)

Nurdin Bramono

Prodi Bahasa dan Sastra Inggris
Unipdu Jombang

Abstrak

Review terhadap hasil terjemahan merupakan suatu keharusan. Hal ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui kualitas terjemahan. Kualitas terjemahan mutlak harus diketahui untuk mengetahui sejauh mana maksud penulis dalam bahasa sumber bisa tersampaikan dengan baik dalam bahasa sasaran. Oleh karena itu, dalam melakukannya diperlukan suatu pendekatan linguistik tertentu. Hal ini disebabkan karena penerjemahan pada dasarnya adalah suatu proses linguistik. Dalam makalah ini, peneliti akan membahas tentang efektivitas penerapan pendekatan kelompok nomina (linguistik sistemik fungsional) dalam menilai dan menganalisis kualitas terjemahan teks bidang sistem informasi dan manajemen dalam buku *dalam buku Pengantar Sistem Informasi Dan Manajemen*. Berdasarkan hasil analisis tampak bahwa kelompok nomina (linguistik sistemik fungsional) berperan cukup signifikan dalam membantu melakukan analisis terhadap kualitas terjemahan teks bidang sains. Hal ini ditunjukkan dalam sejumlah contoh dalam temuan. Dalam analisis, ditemukan sejumlah kesalahan terjemahan yakni hilangnya informasi bahasa sumber dalam bahasa sasaran dan pergeseran susunan gramatikal.

Kata kunci: *kelompok nomina, linguistik sistemik fungsional, terjemahan, penilaian, teks sains*

Tulisan yang baik berdampak positif terhadap pemahaman pembacanya. Tidak berbeda halnya dengan terjemahan. Hasil terjemahan yang baik akan memberikan pemahaman positif bagi penikmatnya pula. Hal ini bisa diketahui dengan cara melakukan penelitian terhadap minat baca pembaca buku hasil terjemahan. Selain itu juga, mahasiswa/peneliti bidang kebahasaan bisa melakukan praktik analisis

mandiri terhadap kualitas terjemahan buku atau lainnya.

Dalam makalah ini akan dibahas tentang penilaian kualitas terjemahan dengan menggunakan pendekatan tertentu. Sebelum melakukan analisis lebih mendalam, peneliti akan melakukan tinjauan terhadap sejumlah penelitian yang terkait dengan analisis produk terjemahan (aspek keakuratan dengan

penerapan pendekatan linguistik tertentu). Adapun penelitian pertama adalah jurnal yang ditulis oleh Suprayitno dengan judul *Strategi Penerjemahan Istilah Kearsipan dari Bahasa Inggris ke Dalam Bahasa Indonesia Terhadap Kamus Istilah Kearsipan Karangan Sulisty Basuki (tanpa tahun)*. Jurnal ini membahas tentang strategi penerjemahan istilah kearsipan. Menurutny, terdapat tujuh strategi penerjemahan yang diterapkan dalam menerjemahkan istilah kearsipan. Strategi yang paling dominan adalah sereapan deskriptif dengan total presentase 33,60%. Dalam melakukan analisis strategi tersebut, suprayitno tidak menggunakan pendekatan linguistik tertentu. Hal terlihat dari landasan teori dan strategi penerjemahan. Namun, dalam melakukan analisisnya, Suprayitno memanfaatkan pedoman pembentukan istilah yang diterbitkan oleh pusat bahasa.

Analisis penelitian yang selanjutnya adalah dilakukan pada jurnal yang berjudul *Analisis Penerjemahan Istilah Budaya Pada Novel Negeri 5 Menara Ke Dalam Bahasa Inggris: Kajian Deskriptif Berorientasi Teori Newmark*. Makalah ini ditulis dalam jurnal *Ilmu Sosial dan Humaniora* volume 3 nomor 2 Oktober 2014 oleh PAP Sukadana beserta tim. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui prosedur penerjemahan istilah dalam novel *Negeri 5 Menara*. Pendekatan penelitian yang diterapkan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teori kebudayaan yang digagas oleh Peter Newmark.

Analisis selanjutnya dilakukan pada makalah yang berjudul *The Analysis of English-Persian Legal Translation Based on Systemic Functional Grammar Approach (SFG)*. Makalah ini dipublikasikan oleh jurnal *Theory and Practice in Language Studies*, Vol 2, no 1 January 2012 dan ditulis oleh Ferdows Aghagolzadeh dan Faezeh Farazandeh-Pour. Dalam makalah ini, dibicarakan tentang analisis kualitas

terjemahan teks bidang hukum. Adapun cara menganalisisnya adalah dengan menggunakan pendekatan *systemic functional grammar*. Tujuannya adalah untuk mengetahui kegunaan SFG dalam mengevaluasi hasil terjemahan. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa pendekatan SFG tepat digunakan untuk mengevaluasi keakuratan terjemahan teks hukum dalam ranah kalimat. Bahkan SFG juga bermanfaat bagi guru dalam mengevaluasi kemampuan terjemahan siswa dengan tepat. Namun, hal ini masih perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memastikan kevalidan SFG dalam mengevaluasi kemampuan siswa dalam penerjemahan.

Berdasarkan hasil analisis terhadap tiga penelitian di atas, bisa dikatakan bahwa diperlukan suatu pendekatan tertentu dalam menganalisis hasil terjemahan, baik dalam ranah kualitas, teknik atau prosedur. Hal ini disebabkan karena penerjemahan adalah proses linguistik dua bahasa yang berbeda. Sehingga hasilnya bisa diketahui dengan cara yang ilmiah sesuai dengan proses yang terjadi. Oleh karena itu, dalam makalah ini, penulis akan membahas tentang peran SFL dalam menilai keakuratan terjemahan teks sains. Dalam kaitannya dengan SFL, penulis tidak akan menggunakan keseluruhannya, namun hanya mengkhususkan pada kelompok nomina. Alasannya adalah teks terjemahan yang dianalisis mengandung sejumlah istilah teknis dan komposisinya sangat dominan. Tujuan yang diharapkan adalah melalui tulisan ini kelompok nomina (yang merupakan bagian dari SFL) bisa dijadikan alat atau rujukan dalam menilai dan mengevaluasi hasil terjemahan bidang sains.

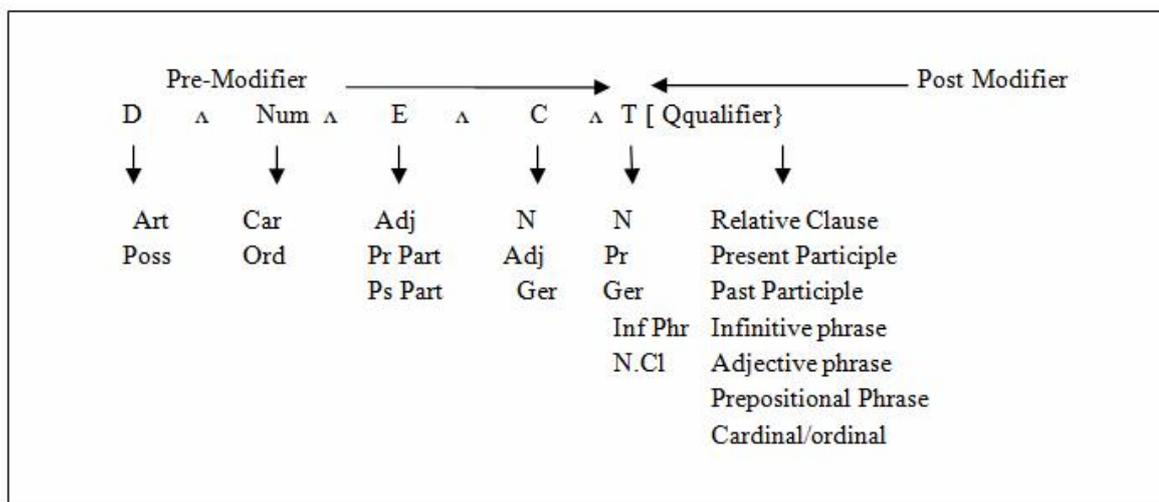
LANDASAN TEORI

Wignel (1995) menjelaskan bahwa *functional grammar view language as a resource for making meaning*. Pendapat

wignel tersebut memberikan sebuah pemahaman khusus bahwa bahasa tidak hanya dipandang sebagai suatu kalimat yang berstruktur, tetapi juga merupakan kesatuan makna. Kalimat berstruktur tersusun dari sejumlah aspek yakni, klausa, frasa dan kata. Kesemuanya saling mendukung untuk terbentuknya suatu makna.

Dalam linguistik sistemik fungsional (SFL/SFG), unsur lingual terendah adalah lexis. Lexis merupakan kata yang ditulis dan dipergunakan pada suatu teks. Namun begitu, lexis juga dapat merealisasikan makna, seperti halnya klausa. Adapun bentuknya direalisasikan dalam bentuk kata atau frasa yang pada umumnya terdapat dalam teks sains namun tidak sama dalam fungsinya (inkongruen). Contohnya adalah sebagai berikut. Musim kemarau tahun ini menyebabkan sejumlah daerah kekeringan. Kata kemarau menunjukkan sebuah proses, tetapi dalam kalimat direalisasikan sebagai

praktiknya, kelompok nomina menempatkan kata benda sebagai unsur inti pembentuknya. Adapun wujud kelompok nomina disimbolkan dalam bentuk huruf **D** atau **deiktik**. Simbol ini menunjukkan sesuatu yang sudah teridentifikasi atau belum. Simbol ini direalisasikan ke dalam artikel a, atau the (Santosa, 2003;101). Simbol selanjutnya adalah huruf **E** atau **ephitet**. Simbol ini direalisasikan ke dalam kata sifat (adjective). Selanjutnya adalah huruf **C** atau **classifier**. Simbol ini berfungsi sebagai penjelas bagi inti frasa, dan direalisasikan ke dalam kata benda, kata sifat atau *gerund* (Santosa, 2003;102). Berikutnya adalah huruf **T** atau **thing**. Huruf ini adalah inti kelompok nomina. Sementara **Q** atau **qualifier** adalah huruf yang berfungsi untuk menunjukkan informasi tambahan. Adapun probabilitas struktur kelompok nomina adalah seperti di bawah ini (dikutip dari Santosa, 2003;100).



Gambar 1. Probabilitas struktur kelompok nomina (Sentosa, 2003)

kata benda. Namun terdapat fenomena unik lainnya yakni kata menyebabkan. Dalam praktiknya, kata tersebut merupakan kata sambung tetapi dalam kenyataannya berfungsi sebagai kata kerja. Terkait dengan lexis, maka kelompok nomina adalah sebuah proses untuk mengetahui keberadaannya. Dalam

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Data penelitian ini adalah kalimat yang mengandung istilah sistem informasi dan manajemen, yang dikutip dari buku *Introduction to Information system* dan terjemahannya. Pendekatan yang

digunakan dalam menganalisis kualitas terjemahan teks tersebut adalah kelompok nomina (bagian dari Linguistik Sistemik Fungsional). Dalam hal ini, penulis tidak menggunakan keseluruhan aspek LSF, tetapi lebih menekankan pada penggunaan kelompok nomina (nominalisasi).

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum pembahasan dilakukan, terlebih dahulu akan disampaikan batasan dalam diskusi ini. Adapun bentuk batasannya adalah, penulis tidak akan membahas semua kalimat yang ada dalam buku *Introduction to Information System* dan terjemahannya. Tetapi hanya lima kalimat saja. Hal ini disebabkan karena makalah ini penelitian mini yang bertujuan untuk mengetahui peran kelompok nomina (linguistik sistemik fungsional) dalam membantu untuk penilaaian kualitas terjemahan. Alasan utama peneliti menggunakan pendekatan ini adalah disebabkan oleh struktur teks ilmiah yang banyak dihuni oleh istilah teknis.

TEMUAN

Berikut ini adalah hasil temuan tentang peran kelompok nomina dalam membantu penilaian keakuratan terjemahan.

Data Pertama

BSu: Why study information systems and information technology? That's the same as asking why anyone should study accounting, finance, operation management, marketing, human resource management, or **any other major business function**

BSa: Mengapa mempelajari sistem informasi dan teknologi informasi? Hal ini

sama dengan menanyakan alasan mengapa seseorang harus belajar akuntansi, keuangan, manajemen operasional, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, atau **fungsi bisnis lainnya**

Any	Other	major	Business	Function
D	D	E	C	T

Fungsi	Bisnis	lainnya
T	C	

Pada frasa, **any other major business function**, kata *function* merupakan inti yang diperjelas oleh frasa *any other major business*. Namun, ketika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, terdapat informasi bahasa sumber yang dihilangkan. Adapun informasi tersebut adalah kata *major*. Dalam hal ini, kata *Major* merupakan *adjective* yang berfungsi sebagai penjelas bagi *function*. Sehingga dengan tidak diterjemahkannya kata tersebut sangat berpengaruh terhadap kualitas hasil terjemahan.

Hal ini bisa dikatakan bahwa hasil terjemahan istilah dalam kalimat tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan. Keakuratan makna berkurang, karena penerjemah tidak menerjemahkan informasi yang seharusnya ditampilkan.

Data Kedua

BSu

That's why **most business major** must take a course in **information systems**

BSa

Inilah alasan mengapa **mata kuliah bisnis** harus memasukkan mata kuliah **sistem informasi**

Most	Business	Major
E	C	T

Mata kuliah	Bisnis
T	C

Berikutnya adalah data yang kedua. Pada frasa **most business major**. Kata **most** adalah ephitet(kata sifat). Sementara **business** adalah classifier(penjelasan) dan **major** adalah thing(inti frasa). Namun ketika diterjemahkan, kata **most** dihilangkan, Bahkan terjadi penambahan dalam bentuk terjemahannya. Dengan dihilangkannya informasi bahasa sumber sudah barang tentu mengurangi keakuratan terjemahan. Dalam hal ini, kata **most** yang berfungsi sebagai penjelasan dalam frasa tersebut, tidak dapat ditemukan dalam bahasa sasaran. Sehingga nilai terjemahannya sangat rendah.

Selain kesalahan dalam penghilangan informasi bahasa sumber, pada terjemahan frasa di atas, terlihat bahwa penerjemah salah dalam diksi. Kata **major** yang seharusnya diterjemahkan sebagai "jurusan, berubah menjadi mata kuliah. Hal ini justru menambah minimnya kualitas terjemahan yang dihasilkan.

Data Ketiga

BSu

For example, **point-of-sale (POS) systems** at many retail stores use **electronic cash register terminals** to electronically capture and transmit sales data over telecommunications links to regional computer centers for immediate (real time) or nightly (batch) processing

BSa

Contohnya, **sistem titik penjualan (point-of-sale - POS)** di banyak toko ritel menggunakan **teminal mesin kasir** untuk secara elektronik menangkap serta

memindahkan data penjualan sepanjang saluran komunikasi ke pusat komputer regional agar dapat diproses segera (*real-time*) atau diproses setiap malam (*batch*).

Point	Of	Sale	System
T	Q		

Sistem	Titik	Penjualan
T	C	C

Berdasarkan contoh terjemahan istilah di atas, tampak bahwa terjadi pergeseran gramatikal. Dalam bahasa sumber, istilah *point of sale system* tersusun dari *point* yang berfungsi sebagai inti frasa. Selanjutnya kata tersebut diselaskan oleh *modifier of sale system*. Ketika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, tampak bahwa susunan gramatikal *point of sale system* mengalami perubahan. *System* yang pada mulanya berfungsi sebagai penjelasan, bergeser menjadi inti frasa (**thing**).

Perubahan yang terjadi tersebut bukan suatu kesalahan, karena sebagai bentuk penyesuaian terhadap kaidah gramatikal bahasa Indonesia. Namun terdapat kesalahan lain yang muncul yakni penerjemah menggunakan teknik literal, sehingga kata yang dihasilkan tidak mampu memberikan penjelasan yang sesuai dengan bahasa sumber. Adapun terjemahan yang seharusnya adalah sistem kasir. Terjemahan ini sudah berterima dan sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

Data keempat

BSu

For example, advertising managers may use an electronic spreadsheet program to do what- if analysis as they test **the impact alternative of advertising budgets** on the forecasted sales of new products

BSa

Contohnya, manajer bagian periklanan dapat menggunakan program spreadsheet untuk melakukan analisis what if ketika mereka menguji **dampak berbagai anggaran iklan** atas prediksi penjualan produk-produk baru

the	impact	alternative	of	advertising	budgets
D	C	T	Q		

Other	Event	entities
D	C	T

Kegiatan	Serta	Entitas	lainnya
T		T	D

Dampak	Berbagai	Anggaran	iklan
T		C	C

Berdasarkan hasil analisis, terlihat bahwa telah terjadi pergeseran makna. Pergeseran tersebut terletak pada terjemahan kata *alternative* yang berfungsi sebagai inti, telah berubah menjadi kata kerja. Perubahan ini berdampak terhadap bergesernya makna dari yang seharusnya. Penerjemah tidak tepat dalam melakukan pilihan kata, sehingga terjemahan yang dihasilkan berbeda dengan makna bahasa sumber.

Hal ini dapat dikatakan bahwa penerjemah kurang mampu dalam melakukan proses pemilihan kata. Sehingga, makna yang dihasilkan tergolong ambigu.

Data kelima

Data can take many forms, including traditional alphanumeric data, composed of numbers and alphabetical and other characters that describe business transactions and **other events entities**.

Data dapat berupa banyak bentuk, termasuk data alfanumerik tradisional, yang terdiri dari angka dan huruf serta karakter lainnya yang menjelaskan transaksi bisnis dan **kegiatan serta entitas lainnya**

Pada contoh di atas, terdapat pergeseran struktur gramatikal yang berdampak terhadap kualitas terjemahan. Dalam hal ini kata *entitites* yang berfungsi sebagai inti frasa berubah ketika diterjemahkan. Bahkan bentuknya tidak diperjelas dengan *modifier*. Tidak berbeda halnya dengan kata *event*. Dalam bahasa sumber, kata tersebut berfungsi sebagai penjelas, namun pada hasil terjemahannya berfungsi sebagai inti frasa(thing). Sehingga secara tidak langsung, kesalahan terjemahan tersebut berdampak terhadap berkurangnya kualitas terjemahan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis tampak bahwa kelompok nomina (dalam linguistik sistemik fungsional) dapat menunjukkan kelemahan hasil terjemahan. Hal ini dibuktikan dari sejumlah analisis pada temuan di atas. Dua contoh berikut ini adalah hasil analisis terjemahan dengan menggunakan pendekatan kelompok nomina. Contoh yang pertama adalah kata major dalam frasa *any other major business function*. Dalam frasa tersebut, kata *major* yang berfungsi sebagai penjelas, tidak diterjemahkan dalam bahasa sasaran. Sehingga, makna frasa *any other major business function* tersebut berkurang. Contoh kedua adalah frasa *most business major*. Frasa tersebut diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi *mata kuliah bisnis*. Berdasarkan hasil terjemahan tersebut, tampak bahwa kata *most* tidak

diterjemahkan. Padahal, kata tersebut adalah salah satu penjelas bagi kata *major*. Bahkan penerjemah melakukan kesalahan dalam penerjemahan kata *major*. Dalam hal ini *major* bermakna “jurusan/program studi” dalam universitas.

Berdasarkan kedua contoh tersebut, bisa dikatakan bahwa pendekatan kelompok nomina mampu mendeteksi informasi bahasa sumber yang tidak diterjemahkan ke dalam bahasa sasaran. Hal ini bisa di ketahui dari membandingkan struktur frasa bahasa sumber dengan bahasa sasaran.

Selanjutnya adalah pendekatan kelompok nomina mampu mendeteksi pergeseran struktur frasa yang berdampak terhadap keakuratan terjemahan. Hal ini ditunjukkan pada contoh data nomor empat. Kata *impact* yang berfungsi sebagai penjelas (**classifier**). Namun ketika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia bergeser menjadi inti frasa. Hal ini tentu adalah suatu kesalahan mengingat kata yang berfungsi sebagai penjelas (**classifier**) harus diterjemahkan sebagai penjelas pula. Karena bilamana tidak diterjemahkan sesuai fungsinya, maka tingkat keakuratannya bisa berkurang.

Contoh terakhir adalah frasa *other event entities*. Frasa tersebut menempatkan kata *entities* sebagai inti (*thing*) sedangkan *event* adalah penjelas atau (**classifier**). Namun, ketika diterjemahkan ke dalam bahasa sasaran, struktur frasa mengalami pergeseran. Pergeseran tersebut menempatkan kata *kegiatan* sebagai inti frasa. Sedangkan struktur frasa tersebut secara keseluruhan bertambah dengan adanya kata *serta*. Sehingga secara makna, frasa tersebut mengalami perubahan secara struktur yang berdampak terhadap menurunnya tingkat keakuratan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa, penerapan kelompok nomina (yang merupakan bagian dari

linguistik sistemik fungsional) sangat tepat untuk diterapkan dalam mengevaluasi keakuratan terjemahan teks ilmiah. Meskipun harus membuat kotak-kotak (seperti pada contoh analisis di atas) namun, hal ini terbukti efektif untuk mengetahui kesalahan dalam terjemahan misalnya informasi bahasa sumber yang tidak diterjemahkan serta pergeseran struktur gramatikal. Hal ini disebabkan karena dalam teks ilmiah terdapat banyak istilah-istilah teknis, sehingga dapat diketahui melalui struktur-strukturannya.. Sehingga perannya dalam membantu dalam memvalidasi keakuratan terjemahan sangat penting dan signifikan.

REFERENSI

- A O'Brien, James. 2005. *Introduction to Information System*. New York: Mcgraw Hill
- A O'Brien, James. 2008. *Pengantar Sistem Informasi dan Perspektif Bisnis Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat
- Santosa, Riadi. 2003. *Semiotika Sosial: Cetakan Pertama*. Surabaya: Jawa Pos Press.
- Suprayitno.(tanpa tahun). *Strategi Penerjemahan Istilah Kearsipan dari Bahasa Inggris ke Dalam Bahasa Indonesia Terhadap Kamus Istilah Kearsipan Karangan Sulistyio Basuki*.
- PAP Sukadana et al. *Analisis Penerjemahan Istilah Budaya Pada Novel Negeri 5 Menara Ke Dalam Bahasa Inggris: Kajian Deskriptif Berorientasi Teori Newmark*. jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora volume 3 nomor 2 Oktober 2014.
- McDaniels, Michelle McFarland. 2011. *Children Respond to a Positive Learning Environment*. <http://www.brighthubeducation.com/classroom-management/13907-creating-a-positive-learning-environment/>

Purjayanti, Ani. 2008. *Good Language Teacher: Whose perceptions?* Paper presented in 55th TEFLIN International Conference. Jakarta: UIN

Suess, Emily. 2010. *A Positive learning Environment*.
<http://www.selfgrowth.com/articles/a-positive-learning-environment>

**ANALISIS TEKNIK DAN KUALITAS TERJEMAHAN TINDAK TUTUR *MEMPROTES* DALAM
NOVEL *STEALING HOME*
(*HATI YANG TERENGGUT*) KARYA SHERRYL WOODS
(SEBUAH KAJIAN TERJEMAHAN DENGAN PENDEKATAN PRAGMATIK)**

Irta Fitriana

Universitas Pesantren Tinggi Darul U'lum Jombang
irtaunipdu@gmail.com

Abstrak

Penerjemahan tuturan/ tindak tutur merupakan kegiatan menerjemahkan yang cukup menarik mengingat proses pemahaman pesan harus dikaitkan dengan konteks (situasi tutur) yang melingkupinya. Perhatian terhadap konteks sangat diperlukan guna mempertahankan maksud tuturan agar tidak menimbulkan distorsi makna atau *misunderstanding* dalam bahasa sumber (Bsu) ke dalam bahasa sasaran (Bsa). Selain itu, jenis tindak tutur dalam Bsu tidak mengalami perubahan dalam bahasa sasaran (Bsa). Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk menganalisis teknik dan kualitas terjemahan (keakuratan dan keberterimaan) tindak tutur *memprotes* dalam novel *Stealing Home* (*Hati yang Terenggut*). Adapun tindak tutur *memprotes* merupakan bagian dari tindak tutur ekspresif. Hasil analisis menunjukkan 15 data tuturan *memprotes*. Adapun teknik penerjemahan yang digunakan sebanyak 11 teknik dengan frekuensi total penggunaan sebanyak 31 kali. Penggunaan sebelas teknik ini dinilai berdampak baik pada kualitas terjemahannya dan menghasilkan terjemahan yang akurat, berterima dan mudah dipahami.

Kata kunci: *penerjemahan, tindak tutur memprotes, keakuratan, keberterimaan*

Satu hal yang perlu kita akui bahwa saat ini banyak sekali karya sastra terjemahan yang dijual di pasaran. Sejumlah buku fiksi terjemahan lebih banyak ditemukan daripada buku karya penulis lokal. Gejala apakah ini? Ini bisa berarti banyak. Mungkin saja artinya kita memang kurang memiliki penulis fiksi yang baik atau mungkin karya-karya terjemahan memang lebih diminati dan lebih laku di pasaran

daripada karya penulis lokal? Kehadiran novel maupun karya-karya terjemahan ini secara tidak langsung juga dapat memberikan inspirasi dan manfaat dalam pengembangan khasanah sastra dan budaya (<https://www.goodreads.com/topic/show/90241-penerjemah>). Hal ini dapat diartikan bahwa dengan membacanya, banyak nilai, ajaran, dan pesan dalam novel terjemahan

yang sesuai yang kemungkinan dapat diterapkan dalam budaya kita.

Sebagian besar novel yang diterjemahkan merupakan novel-novel *best seller* di negaranya, salah satunya adalah *Stealing Home*. Ditulis oleh seorang penulis ternama versi New York Times, Sherryl Woods mampu mengantarkannya menjadi novel *best seller*. Sudah lebih dari 100 judul novel) *best seller* ditulisnya (<http://my-private-things.blogspot.com/search/label/harlequin>).

Kepiawaiannya dalam menghadirkan cerita yang realistis dengan kenyataan dan tidak terlalu 'sinetron'. Semua tokoh-tokohnya dibawa dalam suatu drama percintaan yang indah tetapi realistis sehingga tidak terkesan murahan dan cengeng. Dalam penulisan novel ini, beberapa hal yang menjadi ciri khas ala Woods sebagai penulis novel-novel romansa, antara lain pengungkapan emosi yang penuh perasaan, humor yang khas, kisah cinta yang sangat manis dan kisah keluarga yang tak terlupakan, persahabatan yang erat, karakter-karakter kuat dengan berbagai kejutannya, setting, dan plot cerita yang saling melengkapi. Penyatuan komponen-komponen ini mampu menempatkan novel pada level istimewa dan sebagai teman yang tepat dikala santai.

Pernyataan dalam resensi novel *Stealing Home* menyimpulkan bahwa cerita dalam novel ini mampu mengaduk emosi pembaca. Meskipun cerita percintaannya berliku, namun dapat membantu menyegarkan kembali kebosanan pembaca akan novel-novel historis (<http://my-private-things.blogspot.com/search/label/harlequin>).

Ditampilkan dengan tokoh utama wanita yang mengalami permasalahan kompleks dalam kehidupan rumah tangganya, Woods memulai seri manis *Stealing Home* dengan fokus pada dampak perselingkuhan suami hingga perkawinan 20 tahunnya rusak dan perceraian pada psikologi anak-anak. Selain itu, tema cinta juga menambahkan

kedalaman dan intensitas emosional untuk hubungan romantis. Cinta, sebagai tema utama novel ini secara implisit mengungkapkan bahwa cinta akan membuat seseorang merasa berbeda. Oleh karena itu, dibutuhkan perjuangan keras untuk mempertahankannya. Dengan demikian, *Stealing Home* merupakan contoh yang bagus dari sebuah novel romansa yang kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi *Hati yang Terenggut* pada tahun 2010 dengan alih bahasa Ursula G Buditjahya.

Penerjemahan novel atau karya sastra menjadi hal yang menarik mengingat dalam menerjemahkannya tidak hanya mensyaratkan transmisi informasi diantara dua bahasa dan kemungkinan dalam suatu ujaran memuat maksud lain dari penutur. Selain itu penerjemah juga harus memperhitungkan "gereget, emosi dan rasa suatu karya dalam versi bahasa orisinal; bentuk estetis yang dipakai pengarang orisinal; juga setiap informasi yang terkandung dalam pesan." Adapun makna pada BSu tidak mengalami perubahan dalam Bsa. (<http://inisiatifpenerjemahansastra.org/tulis-san-writings/sastra-terjemahan-kita/>).

Penerjemahan tindak tutur merupakan contoh kasus dari sebuah teks yang tidak hanya mempunyai makna harfiah saja, tetapi juga maksud tertentu yang harus diterjemahkan sehingga terjemahannya harus sesuai untuk menghindari kesalahpahaman. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis dan menerjemahkan tuturan antara lain konteks situasi yang menaungi suatu tuturan, isi topik tuturan, kedudukan sosial penutur dan mitra tutur.

Aktivitas mengujarkan atau menuturkan tuturan dengan maksud tertentu merupakan tindak tutur atau tindak ujar (Rustono, 1999: 24). Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa mengujarkan sesuatu dapat disebut sebagai tindakan atau

aktivitas yang selalu memiliki maksud tertentu. Ini menunjukkan bahwa ketika seseorang berkomunikasi dengan mitra tuturnya, maka dia harus mengetahui fungsi dari bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi tersebut untuk mencapai pemahaman akan pesan dari mitra tuturnya. Pesan inilah yang menjadi fokus penerjemahan tuturan/ tindak tutur.

Secara umum, penerjemahan adalah proses penyampaian pesan dari bahasa sumber (BSu) ke dalam bahasa sasaran (BSa). Newmark (1988: 5) mendefinisikan penerjemahan sebagai "*rendering the meaning of a text into another language in the way that the author intended the text*". Artinya, penerjemahan merupakan sebuah proses untuk menerjemahkan sebuah makna ke dalam bahasa lain sesuai dengan yang dimaksud oleh penulis. Definisi ini diperjelas lagi oleh Nababan dalam Nurhaniah (2008: 10), penerjemahan tidak hanya mengalihkan pesan saja tetapi juga bentuk bahasanya. Dengan kata lain, penerjemahan merupakan usaha mencapai tingkat kesepadanan ideal antara Bahasa Sumber (BSu) dengan Bahasa Sasaran (BSa). Dari dua pemikiran ini, dapat disimpulkan bahwa penerjemahan tidak sekedar mencari padanan antara BSu ke dalam BSa, tetapi bagaimana seharusnya maksud penulis bisa dipahami oleh pembaca BSa dengan memperhatikan aspek bentuk dan gaya bahasa, sehingga hasil terjemahan sesuai dalam hal makna dan ekspresi dari BSu ke dalam BSa secara tertulis, lisan atau tanda. Dengan demikian, kegiatan menerjemahkan tidak hanya proses pengalihan makna BSu sedekat mungkin dalam BSa tetapi juga harus memperhatikan maksud penulis mengingat penerjemahan pada dasarnya merupakan alat komunikasi antara penulis teks BSa dan pembaca teks BSa.

Pemilihan tindak tutur *memprotes* dalam penelitian ini lebih pada kesesuaian dengan tema cerita dan genre novel. *Stealing Home* merupakan novel genre

romansa yang bercerita tentang seorang wanita yang mengalami banyak permasalahan dalam kehidupan rumah tangganya, seperti perselingkuhan suaminya sampai cinta baru dari pria yang menaruh hati padanya. Novel genre romansa ini memuat banyak tuturan ekspresif sebagai ekspresi dan luapan perasaan karakter ceritanya. Dengan demikian, novel ini memiliki muatan tindak tutur ekspresif yang cukup banyak untuk diteliti, salah satunya adalah tuturan *memprotes* sebagai bagian dari tindak tutur ekspresif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana terjemahan tuturan *memprotes* dalam novel *Stealing Home* yang mencakup penerapan teknik-teknik penerjemahan yang digunakan juga dampaknya terhadap kualitas terjemahan. Teknik penerjemahan yang digunakan merupakan teknik-teknik penerjemahan yang diproposisikan oleh Molina dan Albir (2002), yakni 18 teknik penerjemahan meliputi teknik *adaptasi, penambahan, peminjaman, kalke, kompensasi, deskripsi, kreasi diskursif, padanan lazim, generalisasi, amplifikasi linguistik, harfiah, modulasi, partikularisasi, reduksi, substitusi, transposisi, dan variasi*. Langkah terakhir adalah menganalisis dampak penggunaan teknik penerjemahan terhadap kualitas terjemahannya yang ditinjau dari tiga aspek, yaitu keakuratan, keberterimaan, dan keterbacaan. Aspek keakuratan berkaitan dengan kesepadanan makna antara BSu dan BSa. Aspek keberterimaan berhubungan dengan kaidah kebahasaan pada BSa dan derajat mudah tidaknya terjemahan dapat dipahami oleh pembaca sasaran adalah landasan penting dalam aspek keterbacaan.

I. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan dasar bidang penerjemahan, terpancang, dan berkasus tunggal. Penelitian bidang penerjemahan dengan pendekatan pragmatik ini berfokus

pada produk atau hasil karya terjemahan. Terjemahan tindak tutur ekspresif dalam novel *Stealing Home* menjadi topik kajian dalam penelitian ini. Kajian penerjemahan terletak pada penggunaan teknik penerjemahan dan pengaruhnya pada kualitas terjemahan dari aspek keakuratan dan keberterimaan.

Sumber data yang dikaji adalah tindak tutur *memprotes* yang ada pada novel *Stealing Home*. Satuan lingual tindak tutur *memprotes* adalah kalimat tuturan yang dinaungi oleh konteks. Selanjutnya, data informan, yaitu hasil kuesioner dan wawancara mendalam terhadap informan (rater) sangat penting dilakukan dalam penilaian kualitas terjemahan mencakup aspek keakuratan dan keberterimaan. Data dalam penelitian ini adalah tuturan

ekspresif pada novel berdasarkan pendekatan teori pragmatik yakni tindak tutur. Dengan kata lain, pemilihan data dilakukan dengan *puposive sampling*.

II. PEMBAHASAN

Tindak tutur *memprotes* merupakan bagian dari tindak tutur ekspresif. *Memprotes* mengandung pengertian sebagai pernyataan tidak menyetujui atau menentang, mitra tuturnya. Berikut beberapa temuan tindak tutur *memprotes* dalam novel *Stealing Home* yang ditabulasikan dalam tabel taksonomi berikut ini.

Tabel 1. Taksonomi teknik penerjemahan tindak tutur

Data	Bsu	Bsa	Teknik Penerjemahan	Varian	KT	
					Kak	Kber
1/SH/M	Maddie: "I am not cautious."	Maddie: "Tapi aku bukan orang yang berhati-hati."	Harfiah	Tunggal	2.33	3
2/SH/T	Ty: "Then why the hell did he leave us for her?"	Ty: "Lalu kenapa dia pergi dari kita demi pelacur itu?"	Harfiah + reduksi + kompensasi	Triplet	3	3
3/SH/M	Maddie: "Surely Tyler wouldn't."	Maddie: "Pasti Ty tidak akan begitu."	Harfiah + Amplifikasi Linguistik	Kuplet	3	3
4/SH/T	Ty: "Oh, come on, Mom, get real, I'm not flunking anything."	Ty: "Mama lihat dong kenyataannya. Nilaiiku tidak ada yang jatuh kok."	Variasi + Kompensasi + Modulasi	Triplet	3	3
5/SH/D	Dana Sue: "Hey, slow down. Nobody's bullying anybody."	Dana Sue: "Hei, santai. Tidak ada yang menggertakmu."	Harfiah	Tunggal	2.33	3
6/SH/T	Ty: "Why'd she have to show up here? It's embarrassing."	Ty: "Kenapa dia harus muncul disini? Memalukan."	Transposisi + penambahan	Kuplet	2.33	3

					KT	
7/SH/H	Helen: "But he never invited me out for pizza."	Helen: "Tapi, dia tidak pernah mengajakku makan pizza."	Harfiah + Penambahan + Peminjaman Murni	Triplet	3	3
8/SH/M	Maddie: "Don't you think I thought of calling Skeeter first?"	Maddie: "Kamu pikir aku tidak menelepon Skeeter dulu?"	Harfiah	Tunggal	2.33	3
9/SH/M	Maddie: "Look, just because you had a tough day in court, you don't get to come home and try out your interrogation techniques on me."	Maddie: "Lihat, cuma karena kau menemukan kesulitan di pengadilan kau mencobakan teknik interogasimu kepadaku?"	Transposisi + penambahan	Kuplet	2.33	3
10/SH/M	Maddie: "I wasn't the first one in our family to stir up gossip."	Maddie: "Bukan aku satu- satunya di keluargaku yang jadi pusat gosip."	Harfiah	Tunggal	2.33	3
11/SH/T	Ty: "But I can't accept this one."	Ty: "Tapi aku tak bisa terima ini."	Harfiah	Tunggal	3	3
12/SH/M	Maddie: "But Ty's still in high school,"	Maddie: "Tapi Ty kan masih SMA."	Harfiah + peminjaman Murni	Kuplet	3	3
13/SH/M	Maddie: "Noreen is sixteen years younger than you are,"	Maddie: "Noreen enam belas tahun lebih muda dari kau sendiri!"	Harfiah + amplifikasi linguistik	Kuplet	3	3
14/SH/Pg	Peggy: "But she didn't answer my question,"	Peggy: "Tapi, ia tidak menjawab pertanyaanku."	Harfiah	Tunggal	3	3
15/SH/T	Ty: "He has more right to be here than you do."	Ty: "Dia lebih berhak di sini ketimbang Papa!"	Harfiah + Tansposisi	Kuplet	3	3

Keterangan:

Bsu : Bahasa Sumber

Bsa : Bahasa Sasaran

TP : Teknik Penerjemahan

V : Varian

KT : Kualitas Terjemahan

Kak : Keakuratan

Kber : Keberterimaan

Berikut detail temuan tuturan memprotes dalam novel *Stealing Home*:

1. Bsu: *Then why the hell did he leave us for her.*

Bsa: Lalu kenapa dia pergi dari kita demi pelacur itu.

Meskipun berat dan sesak rasanya, Maddie dengan sabar dan tenang berusaha meyakinkan Ty, anak sulungnya yang berusia 17 tahun bahwa kepergian ayahnya pasti beralasan dan yang terpenting adalah Bill tetap menyayangnya, akan tetapi Ty sudah terlanjur kesal dan muak dengan perbuatan ayahnya. Dia merasa bahwa tindakan ayahnya tersebut sudah sangat keterlaluan. Maddie kembali meyakinkan bahwa meskipun ayahnya pergi, ayah tetap menyayangnya. Ty tidak terima dan memprotes pernyataan ibunya tersebut bahwa jika benar ayah menyayangnya, lalu kenapa dia tega meninggalkan keluarga demi perempuan yang disebutnya sebagai pelacur itu. Tuturan ini berdasarkan konteksnya, dapat dikatakan sebagai tindak tutur ekspresif *memprotes* yang dilakukan oleh Ty sebagai ekspresi kekesalannya terhadap ayahnya, Bill.

2. Bsa: *Look, just because you had a tough day in court, you don't get to come home and try out your interrogation techniques on me.*

Bsa: *Lihat, cuma karena kau menemukan kesulitan di pengadilan kau mencobakan teknik interogasi kepadaku?*

Helen curiga dengan kedekatan antara Maddie dan Cal. Namun, ketika ditanya, Maddie selalu mengelak dan hal ini membuat Helen tidak henti-hentinya mendesak dan memojokkannya mengingat Maddie masih dalam proses perceraian.

Hampir dalam urusan paling detail di rumah Maddie, Cal selalu dilibatkan, diantaranya adalah memperbaiki pipa rumah yang bocor, mencari Ty yang hilang beberapa waktu lalu. Maddie menentang sikap Helen yang terus menginterogasinya, mengapa Cal tampak begitu penting dan spesial bagi Maddie, padahal dia adalah pelatih bisbol anaknya. Maddie menyampaikan protesnya kepada Helen yang menurutnya sebagai pelampiasannya yang kesal terhadap kliennya di pengadilan. Dilihat dari konteks yang menaunginya, tuturan ini termasuk tindak tutur ekspresif *memprotes* dimana Maddie memprotes sikap Helen yang terus mendesaknya sebagai akibat dari pelampiasan kekesalannya menghadapi klien di pengadilan.

3. Bsu: *Oh, come on, Mom, get real, I'm not flunking anything.*

Bsa: *Mama lihat dong kenyataannya. Nilaiiku tidak ada yang jatuh kok.*

Setelah menemui Cal, guru Ty di sekolah, Maddie mendapat banyak laporan terkait prestasi Ty yang menurun drastis. Penurunan prestasi ini hampir dirasakan oleh seluruh guru yang mengajarnya. Ketika dikonfirmasi kepada Ty yang disertai ancaman tidak boleh keluar rumah, Ty justru memprotes apa yang disampaikan oleh ibunya. Ty mengatakan bahwa nilainya tidak ada yang jatuh dan prestasinya baik-baik saja. Tuturan ini termasuk tindak tutur ekspresif *memprotes* dimana penutur atau Ty memprotes pernyataan yang disampaikan oleh ibunya bahwa nilainya banyak yang turun di sekolah melalui tuturan "Nilaiiku tidak ada yang jatuh kok."

4. Bsu: *Don't you think I thought of calling Skeeter first?*

Bsa: *Kamu pikir aku tidak menelepon Skeeter dulu?*

Helen mengetahui bahwa Cal berada di rumah Maddie kemarin malam. Tentu saja hal itu cukup mencurigakan. Namun Maddie menjelaskan bahwa dia terpaksa meminta Cal datang untuk memperbaiki pipa di rumahnya yang bocor. Helen menyeringai mendengar alasan Maddie. Cukup mengherankan. Helen mengintrogasinya kenapa tidak menghubungi Skeeter, si ahli pipa saja untuk memperbaiki saluran pipa di rumahnya, tetapi justru menelepon Cal, namun Maddie memprotes dengan mengatakan bahwa dirinya sudah berkali-kali menghubungi Skeeter namun tidak ada respon. Tuturan ini mengandung ilokusi ekspresif *memprotes* yang dilakukan oleh Maddie menanggapi mitra tuturannya, yakni Helen.

A. Teknik Penerjemahan Tindak Tutur *Memprotes*

Langkah selanjutnya setelah mengklasifikasikan jenis tindak tutur ekspresif, yaitu mengidentifikasi teknik-teknik penerjemahan yang digunakan. Penerjemahan tindak tutur *memprotes* ini antara lain teknik harfiah, reduksi, kompensasi, amplifikasi linguistik, variasi, modulasi, peminjaman naturalisasi, peminjaman murni, dan transposisi dengan 3 jenis varian penerjemahan yang digunakan diantaranya varian tunggal (3 data/ 20%), varian kuplet (7 data/ 46,7 %), varian triplet (5 data/ 33,3%).

1. Varian tunggal

Teknik harfiah

Penerapan teknik ini dilakukan dengan menerjemahkan secara harfiah sesuai dengan kaidah Bsa. Dalam penelitian ini, teknik harfiah diterapkan pada 54 data tindak tutur. Berikut salah satu contohnya:

Peggy: *But she didn't answer my question.*

Peggy: *Tapi, ia tidak menjawab pertanyaanku*

2. Varian kuplet

Harfiah + Amplifikasi Linguistik

Selain varian tunggal, beberapa data ditemukan menggunakan dua teknik penerjemahan dalam satu data tuturan dari Bsu ke Bsa atau disebut varian kuplet. Setelah proses analisis, ditemukan sebanyak 38 data tuturan yang diterjemahkan dengan menggunakan teknik varian kuplet. Berikut contoh temuan varian kuplet harfiah dan amplifikasi linguistik:

Maddie: *Pasti Ty tidak akan begitu.*

Maddie: *Surely Tyler wouldn't.*

3. Varian triplet

Variasi + Kompensasi + Modulasi

Varian triplet adalah penerjemahan satu data tertentu dengan menerapkan tiga teknik penerjemahan sekaligus. Dalam penelitian ini ditemukan sebanyak 21 data tuturan yang diterjemahkan dengan varian triplet. Berikut contoh temuan data yang diterjemahkan dengan teknik variasi, kompensasi, dan modulasi seperti berikut:

Ty: *Oh, come on, Mom, get real, I'm not flunking anything.*

Ty: *Mama lihat dong kenyataannya. Nilaiiku tidak ada yang jatuh kok.*

B. Kualitas Terjemahan Tindak Tutur *Memprotes*

Dalam penilaian kualitas terjemahan, terdapat tiga aspek penting yakni keakuratan, keberterimaan, dan keterbacaan. Namun, dalam penelitian ini, aspek yang diteliti adalah meliputi aspek keakuratan dan keberterimaan. Berdasarkan penilaian, kualitas terjemahan tindak tutur *memprotes* pada novel *Stealing Home* merupakan terjemahan yang akurat, artinya seluruh data (100%) diterjemahkan

secara akurat dalam Bsa. Sedangkan untuk aspek keberterimaan, sebanyak 3 data atau (20%) termasuk dalam kategori terjemahan kurang berterima, sebagian besar merupakan terjemahan yang berterima.

C. Dampak Teknik Penerjemahan terhadap Kualitas Terjemahan

Setelah dilakukan analisis, kualitas terjemahan tindak tutur memprotes pada novel *Stealing Home* cenderung baik. Terjemahan akurat banyak ditemukan dalam penelitian ini dibandingkan dengan terjemahan yang kurang akurat. Terjemahan tidak akurat tidak ditemukan dalam penelitian ini. Terjemahan akurat dipengaruhi oleh kesepadanan makna antara Bsu dan Bsa sedangkan kurang akuratnya terjemahan tuturan ekspresif ini disebabkan oleh sebagian pesan tidak tersampaikan. Demikian halnya dengan penilaian tingkat keberterimaannya. Dikatakan sebagai terjemahan berterima jika teks Bsu memiliki kesesuaian dengan kaidah dan budaya Bsa, mencakup penggunaan frasa, klausa, dan kalimat dalam bahasa Indonesia. Tuturan yang kurang berterima dalam penelitian ini disebabkan oleh penggunaan kata yang kurang lazim digunakan dalam Bsa, juga struktur tuturan yang kurang sesuai dengan kaidah dalam Bsa. Sehingga dapat disimpulkan penerapan temuan teknik penerjemahan cenderung baik terhadap kualitas terjemahan tindak tutur ekspresif dalam novel *Stealing Home* ini.

III. KESIMPULAN

Jenis tindak tutur memprotes yang ditemukan dalam penelitian ini sebanyak 15 tuturan. Sementara itu sebanyak 10 teknik penerjemahan digunakan dalam menerjemahkannya yang terbagi dalam tiga jenis varian, yakni varian tunggal, kuplet, triplet, dan kwartet. Kualitas terjemahan tindak tutur memprotes dalam novel *Stealing Home* meliputi aspek

keakuratan dan keberterimaan. Seluruh data dalam penelitian ini telah diterjemahkan secara akurat. Dari segi keberterimaan, 3 data teridentifikasi kurang berterima. Penerapan beberapa teknik penerjemahan cenderung memiliki dampak baik terhadap kualitas terjemahan. Teknik harfiah merupakan teknik dominan yang banyak digunakan dalam bentuk varian tunggal, kuplet, dan triplet. Dengan kata lain, penerapan teknik-teknik dalam menerjemahkan tuturan memprotes dalam novel *Stealing Home* ini cenderung akurat, berterima dan mudah dipahami. Dapat pula disimpulkan bahwa tuturan memprotes dalam novel *Stealing Home* ini dikatakan berhasil karena menjaga kekhasan tema cerita termasuk penokohnya dalam terjemahan bahasa Indonesia.

REFERENSI

Molina, L., & Albir, H. (2002). *Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach*. Meta Journal des Traducteur/ Meta: Translators' Journal (XLLVII) No.4, hal. 498- 512.

Newmark, Peter. 1988. *A Textbook of Translation*. Singapore: Prentice Hall.

Nurhaniah, Yayuk Anik. 2008. *Terjemahan Kalimat Tanya pada Percakapan di dalam Novel Remaja "Dear No Body" ke dalam Bahasa Indonesia*. Tesis. UNS

Rustono, 1999. *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: CV. IKIP Semarang Press

<http://my-private-things.blogspot.com/search/label/har/equin> diakses pada 15 Juni 2013

<https://www.goodreads.com/topic/show/90241-penerjemah> diakses pada 15 Juni 2013

TEXT LINGUISTICS AND SKOPOS THEORY AND THEIR APPLICATION IN TRANSLATION TEACHING

Sugeng Hariyanto
State Polytechnic of Malang

Abstract

Translation industry is developing very fast with the economic globalization and digital/internet technology development. Unfortunately, the teaching of translation in universities has not adopted techniques that can response this situation. This paper aims to propose a translation teaching technique to train the students to produce target texts demanded in the translation business. The technique is proposed by considering two influential concepts in translation theory, i.e., *Text Linguistics* and *Skopos Theory*.

Text linguistics is a branch of linguistics that deals with texts as communication systems. Text linguistics takes into account the form of a text and its setting, i.e. the way in which it is situated in an interactional, communicative context. In relation to translation, it can be said that translation is not only the business of analyzing the source text sentence by sentence. Instead, the author and the intended audience and the purpose of communication should also be considered.

Skopos theory is closely related to text-types and also emphasizes the importance of translation purposes. With these ideas as the basis, this article gives example how to apply text linguistics and *skopos* theory in classroom context to teach functional text translation. The translation teaching materials are selected based on the text type and difficulty levels, students are trained to do text-analysis and be made aware of the purpose of the source text is not always the same with the purpose of the target text. Prior to giving a translation practice, therefore, the teacher writes the clearest translation brief possible

Keywords: *text linguistics, skopos theory, classroom teaching, translation teaching*

Translation has been done since long time ago. The activities have created a new profession, i.e. translator. According to Hariyanto (2006), there are two markets for translation business, i.e. publishers (national level) and translation agents (international level). Publishers publish

translated books for several reasons. At least there are three motivations: academic, empowerment and business motivations. With academic motivation, the publishers translate books to meet academic demand. For example, Resist Book translates and publishes a book on

Chomsky to meet the need for literature on Chomsky in Bahasa Indonesia. They also translate and publish books to empower the readers, for example, in the fields of democratization, human rights, entrepreneurship and other fields. Finally, as the most dominating motivation, publishers translate and publish books for economic reasons. Publication of translated books is more profitable rather than publishing local works. As a comparison, local writer's royalty is 10% to 20%; and royalty for translated book is only 6% to 7%. Hence, publishers pay less when they publish translated books than when they publish books written by local writers. This is not to mention "copy left" publishers who publish book translated book without first buying the copyright. In terms of quality, usually local writer's quality is low; while great writers are, unfortunately, co-opted by big publishers. In terms of marketing, some translated books are already backed up with international success. This is illustrated by the high demand of the translation version of *Harry Potter*, the best seller novel ever.

The translation business in the international market is boosted by the globalization needs. With globalization, many manufacturers want to sell their products in other countries. They need to talk to the people of other countries in their local languages. The text types vary now. They do not only cover novels and textbooks but also websites and software interfaces

The Practice in Translation Teaching

The great challenges of translation business illustrated above, however, are not paralleled with the fact found in educational institutions producing potential translators. Chriss, as cited by Nababan (2007:2), states that up to these days the basic approach in translation

teaching seems to remain unchanged from the time of the School of Scribes in Ancient Egypt. The teacher gives out a source text to the students and then without any briefing and notes asks them to translate the text in the class or at home. Upon completing, the target text is then discussed in great depth and detail by the whole class to find out what is lack in the translation. In other words, the translation class is searching for "good" translation. A question to ask is then "good for whom?" or "on what criteria or bases"? As a consequence, such practice can hardly produce potential translator who can take the challenge of the translation business in which a target text should firstly meet the purpose of translating the source text.

This paper, therefore, aims to propose a translation teaching technique which hopefully can train the students to produce target texts demanded in the translation business. The technique is proposed by considering two influential concepts in translation theory, i.e., *Text Linguistics* and *Skopos Theory*. Thus, in its discussion this paper explicates some concepts of *Text Linguistics*, *Skopos Theory* and its *Translation-oriented text analysis* and then describes the translation teaching technique proposed.

DISCUSSION

Text Linguistics

It is mentioned in the background of this paper that texts to be translated in translation business nowadays are various. For Indonesian publishers, translators translate *textbooks*, *popular books*, *novels*, *children books*, *books on Information Technology (IT)* and many others; as for many international and a few national translation agents, Indonesian translators work on texts like *technical manuals*, *websites*, *software interfaces*, *advertise-*

ments, legal documents, annual reports, and many others.

In relation to text-type, Snell-Hornby (1988) classifies translation into three general categories: literary translation, general translation and special language translation. Literary translation is the translation of literary works and Bible, and general translation is translation of newspaper, information text and advertising. Finally, special language translation covers the translation of legal, economic, medicine and science/technology texts. For all of these translation types, **text linguistics** is necessary. This can be seen in the Chart 1.

linguistics takes into account the form of a text and its setting, i.e. the way in which it is situated in an interactional, communicative context. Thus, author of a text and its addressee are studied in their respective social and/or institutional roles in the specific communicative context.^[1] [It is worth noted that Halliday (1978 and 1994) and his followers also talk about the similar concept of analysis under the discussion of genre.] In relation to translation, it can be said that translation is not only the business of analyzing the source text sentence by sentence. Instead, the author and the intended audience and the purpose of communication should also be considered.

What is text linguistics anyway? In

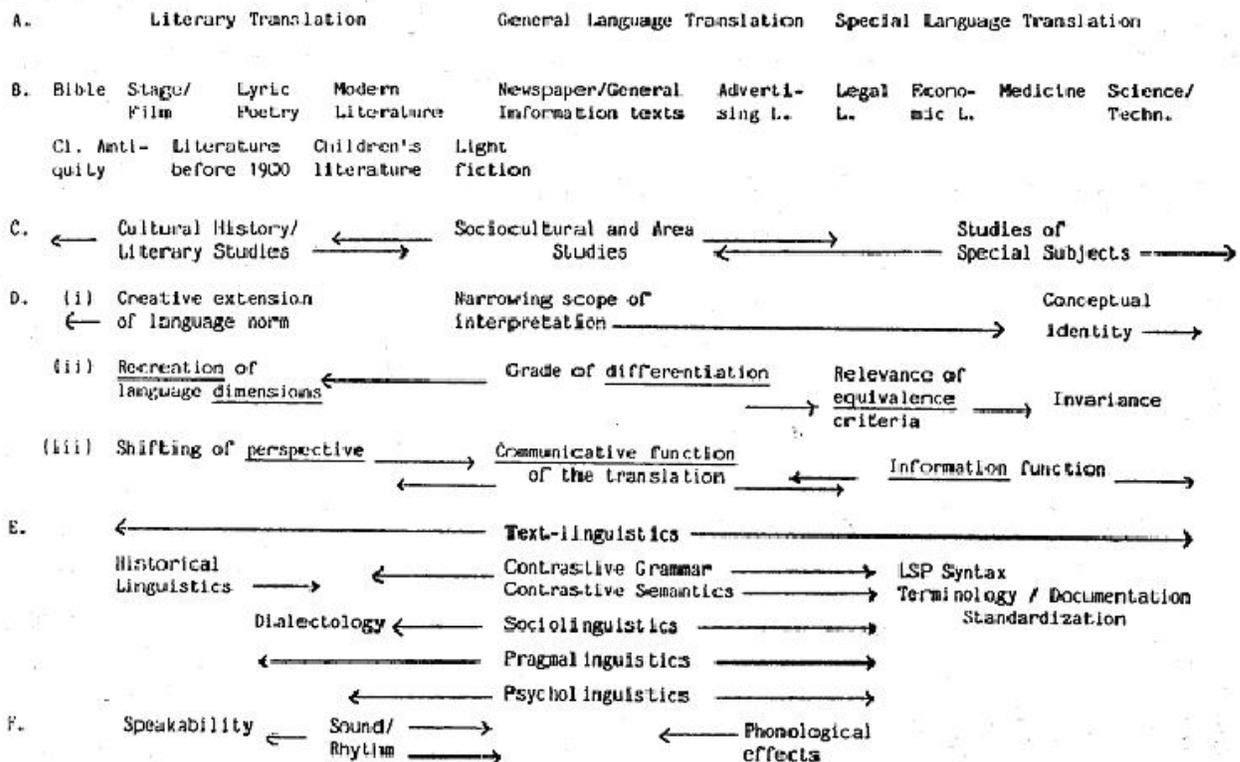


Chart 1. Text type and relevant criteria for translation

general, it can be said that **text linguistics** is a branch of linguistics that deals with texts as communication systems. Text

In relation to this, Reiss (1977/1989) has been very influential in focusing attention on the function of text – both in

the context of the original and in the context of the situation that demands a translation. As a matter of fact, her approach considers the text rather than the word or the sentence as the translation unit and hence the level at which equivalence is to be sought.

She classifies texts based on discourse function into: (a) informative, (b) expressive, and (c) operative. A text is classified as an informative text if the content is the main focus. This kind of texts plainly communicates facts, information, knowledge, opinions, etc. The logical or referential dimension of language is the main aspect involved. Texts are called expressive if the focus is on creative composition and aesthetics aspects. Both

each of these text types. The target text of an informative text should be in plain prose with *explication* where required, because the aim is to transmit the referential content of the text. The target text of an expressive text should use the *identifying* method, the translator having to look at it from the ST author's standpoint. The translation of an operative text has to employ the *adaptive* method, where the translator tries to create the same effect on the readers, as the ST. See Chart 2 for a better understanding of specific translation methods for each of these text types [adapted by Munday (2001: 74) based on Reiss (1977/1989)].

Reiss (1977/1989) also talks of evaluatory criteria, which vary according to text types.

Text type	Informative	Expressive	Operative
Language function	Informative (representing objects and facts)	Expressive (expressing sender's attitude)	Appellative (making an appeal to text receiver)
Language dimension	Logical	Aesthetic	Dialogic
Text focus	Content-focused	Form-focused	Appellative-focused
TT should	Transmit referential content	Transmit aesthetic form	Elicit desired response
Translation method	'Plain prose', explication as required	'Identifying' method, adopt perspective of ST author	'Adaptive', equivalent effect

Chart 2. Functional characteristics of text types and links to translation methods

the author and the message are what are foregrounded. The examples are imaginative creative literature texts. Next, an operative text is a text whose focus is the appellative aspect.

Here the text appeals to the readers to act in a certain way by persuading, dissuading, requesting, and cajoling them. Usually the form of language is dialogic.

Correspondingly Reiss (1977/1989) advocates specific translation methods for

Thus while the translation of any content-oriented text has to aim at semantic equivalence, and a popular science piece will have to preserve the ST style, there is greater need to retain a metaphor in an expressive text than in an informative target text. She thinks that one could measure the adequacy of a target text (TT) by intra-linguistic criteria—like semantic, grammatical and stylistic features—and extra-linguistic criteria—like situation,

subject field, time, place, receiver, sender and implications like humor, irony, emotion etc.

Reiss (1977/1989) also proposes a text typology. Chart 3 illustrates the

concern on text-type is *skopos* theory or *Skopos theorie* introduced by Vermeer (1989/2000), the theory that applies the notion of *Skopos* (a Greek word for **purpose**) to translation. The translation

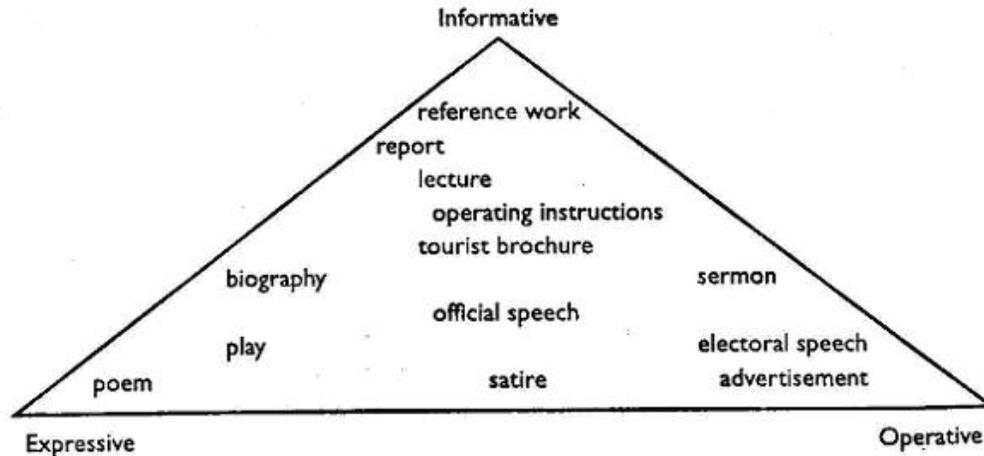


Chart 3. Text types

typology. The above typology is a useful typology of texts but it is clear that texts are often not easily categorized. One single text can have several characteristics. A biography could have informative as well as appellative content. A personal letter could well be informative, expressive and appellative as can be an advertisement. The important thing here is that her approach is built on earlier ideas of rhetoric and language analysis.

Skopos Theory and Translation-Oriented Text Analysis

Under this subheading, skopos theory and text analysis in relation to translation is discussed.

Skopos Theory

It is clear from the above discussion on text linguistics that the approach to translation can be closely related to the type of text to translate. Translation theory that has a big

process of a text is guided by its function i.e. the use of a receiver makes of a text or the meaning that the text has for the receiver. In other words, the prime principle determining any translation process is the purpose/*skopos* of the overall translational action.

Briefly, Reiss and Vermeer (in Nord, 1997: 29) mention the following Skopos rule:

Each text is produced for a given purpose and should serve this purpose. The Skopos rule thus reads as follows: translate/-interpret/speak/write in a way that enables your text/translation to function in the situation in which it is used and with the people who want to use it and precisely in the way they want it to function.

Skopos theory is not only closely related to text-types, but also to the importance of translation purposes which is always oriented to the target readers, especially their response. The difference in focus here is that the ST is the point of departure and the *skopos* refers to knowing why an ST is to be translated and

what the function of the TT will be. *Skopos* theory focuses on the purpose of the translation, which determines the methods and strategies of translating, which are employed to produce functionally adequate result (Munday, 2001: 79).

Skopos theory which emerged in Germany (Hatim, 2001: 73) is within functionalism. *Skopos* idea relies on key concepts in pragmatics that is intention and action. There are two important *skopos* rules:

Skopos rule 1: Intention is determined by its purpose.

Skopos rule 2: purpose varies according to the text receiver.

Translator decision is governed by textual and contextual factors. One of the contextual factors is audience design which accounts for the way a target text is intended to be received. This will affect the translation strategies selected by the translator.

Target text must be produced with the given purpose in mind and that translation will function well when shaped by a particular purpose. Three major kinds of purpose are already recognized: communicative, strategic, and general purposes (Hatim, 2001: 74)

Such purposes cannot be equally important. The success or failure of a translation is ultimately decided whether it can be interpreted successfully by the targeted recipient in a manner that is consistent with what is expected of it (Hatim, 2001: 75)

In *skopos* theory, the success or failure of translation is often mentioned as success or protest. Success means definitely success in transferring the text function and protest means failure. A successful translation elicits no protest from the target recipient. No protest

means the message received in the manner intended and/or expected. Thus, intention is related with function. Intention is judged by the writer of source text and the function is judged by the receiver (Hatim, 2001: 75). Success of a translation is measured in terms of harmony of content and intention. Content means content of message. Intention means intention of producer or translator (Hatim, 2001: 75). There are two kinds of textual coherence: (a) intra-textual coherence and (b) intertextual coherence. Here intra-textual coherence is more important. (Hatim, 2001: 76).

As a matter of fact, text only contains information offer. Thus, a text may mean many different things to many receivers (Hatim, 2001: 76-77). Therefore, the target readers must be taken into account. Who, then, determines the *skopos* or purpose of translation? The *skopos* is determined by the initiator or commissioner of the translation, the translation brief and the type of translation.

In a translation project, there are at least three roles: initiator, commissioner, and translator. The following is an example of a case in translation field.

Case 1.

One of the lectures in Malang State University has read a book on linguistics. He thought that the book must be translated into Bahasa Indonesia so that Indonesians can study linguistics from the remarkable book. He, then, sent a letter to a publisher to propose translating the book. The publisher agreed, and so the lecturer started translating.

Question:

Who is the initiator? – *The lecturer*

Who is the commissioner? – *The Publisher*

Who determines the translation purpose?
– *The lecturer*

The commissioner gives a translation job to a translator. The “order” is called Translation Brief (*Ind. Surat Perintah Kerja*). The Translation brief shall contain the function of target text, target audience, where and when target text is to be read, what is the medium (spoken, written) and motive, i.e., why translation is needed. However, publishers rarely issue such a complete translation brief.

There are several principles claimed to be *skopos* rules by Reiss and Vermeer (1984, in Nord, 1997). The rules are as follows:

1. A *translatum* or target text (TT) is determined by its *skopos*.
2. A TT is an offer of information in a target culture and target language (TL)
3. A TT does not initiate an offer of information in a clearly reversible way.
4. A TT must be internally coherent.
5. A TT must be coherent with source text (ST).
6. The five rules above stand in hierarchical order, with the *skopos* rule predominating.

Translation-oriented text analysis

Related closely to *skopos* approach is text analysis prior to translating. Nord (1997: 59), one of the proponents of *Skopos* Theory, states that the elements of text analysis area; (a) the importance of the translation commission (translation brief), (b) the role of ST analysis, and (c) the functional hierarchy of translation problems. These points are briefly reviewed as follows.

The commission should give the following information: (a) the intended text function, (b) the addresses (sender and recipient), (c) the time and place of text reception, (d) the medium (speech and writing), and (e) the motive (why the ST was written and why it is being translated). This is also discussed above in which *commission* is termed by *translation brief*.

The ST analysis is also important. In analyzing the ST, according to Nord (1991), the most important thing is the pragmatic analysis of the communicative situation involved and the model to be used for ST and the translation brief.

Which factors are to be analyzed? They can be some of the following, i.e. subject matter; content including connotation and cohesion, presuppositions which mean the real-world factors of the communicative situation presumed to be known to the participants; composition including microstructure and macrostructure; non-verbal elements, for example illustrations and italic; lexis including dialect, registers and specific terminology; and sentence structure and suprasegmental features including stress, rhythm and stylistic punctuation.

Moreover, functions are important in translation. The things that should be noticed in relation to text functions among others are the intended function, the functional elements, and the translation types determining translation style, the

problems of the text can then be tackled at lower linguistic levels as in the second point above.

Below is an advertisement. A commissioner wants a translator to translate and under the text is the text analysis that may be done by the translator.

=====

PR Advertorial – Copy Sheet

Headline Studies

Wulan reveals her ultimate beauty secret

Sub-headAs the new ambassador of Bella Skin Care, Wulan shares how Bella Skin Care helped her maintain flawless skin.

Body Copy

Q: *What is the secret behind your skin’s radiance?*

WULAN: *I have always believed in the importance of going for regular, high-quality skincare treatments to achieve great skin. Aside from using Bella Skin Care products daily, I go for weekly treatments to soothe my skin after hours of intense makeup sessions. Because of this, I am able to keep my skin in tip-top condition – perfectly supple and visibly revitalized.*

Q: *How do you keep your skin so luminous despite your hectic film schedule?*

WULAN: *I really love Bella Skin Care’s BioLymph High Symmetry System. It works wonders by detoxifying my skin and remodeling my facial contours, especially the problem areas around my eyes such as puffy eyes and eye bags – which results after long hours of filming.*

Q: *Among all the treatments, what is your favourite?*

WULAN: *One of my favourites is Bella Skin Care’s exclusive Depilux™ Hair Free System. This treatment painlessly impedes hair growth, leading to permanently silky, hair-free skin on any part of the body with zero down time. I’ll never have to worry about wearing revealing clothes during filming. With Bella Skin Care, I know I’m always at my best!*

Promo Portion

Indulge in these fabulous beauty offers:

Wulan’s Skin Perfecting Package for perfectly balanced skin

*Enjoy 30 Therapies at Rp 3,000,000.00**

Wulan’s Ultra Whitening Package for fairer, clearer skin

*Get 30 Therapies at Rp 4,800,000.00**

Wulan’s Nutritive Package for hydrated glowing skin

*Get 30 Therapies at Rp 4,000,000.00**

*Terms and conditions apply.

=====

The text, if seen from Snell-Hornby categorization, is a general text. The author is the Bella Skin Care firm. The audience is Indonesian young women, middle-up economic class, probably educated women. The purpose of the translation is to sell the product to Indonesian women. Based on Reiss’ categorization it is an operative text. As an operative text, the appropriate method of translation is adaptive method in which all means are taken to achieve equivalent effect, i.e. making Indonesian women buy the

products. The target text therefore should focus on this appellative focus to elicit the desired response. The language dimension is dialogic, as evident in the source target also.

The translation of the advertisement above might be like the following.

=====

PR Advertorial – Copy Sheet

Headline Studies

Wulan mengungkapkan rahasianya untuk cantik sempurna

Sub-head

Sebagai duta Bella Skin Care yang baru, Wulan mengungkapkan bagaimana Bella Skin membantu agar kulitnya tetap cantik sempurna.

Body Copy

Tanya: Apa rahasia dari kulit Anda yang indah berseri?

Wulan: Saya selalu yakin akan pentingnya perawatan kulit yang rutin dan bermutu tinggi untuk mendapatkan kulit yang cemerlang. Selain menggunakan produk Bella Skin Care setiap hari, saya juga datang untuk mendapatkan perawatan seminggu sekali untuk menenangkan kulit saya setelah berjam-jam memakai riasan yang berat. Hasilnya, saya bisa menjaga kulit agar selalu dalam kondisi prima – lentur sempurna dan terlihat muda lagi.

Tanya: Bagaimana cara Anda merawat kulit sehingga tetap begitu bercahaya meskipun jadwal Anda main film sangat ketat?

Wulan: Saya sangat suka dengan Sistem BioLymph High Symmetry dari Bella Skin Care. Sistem ini manfaatnya sangat menakjubkan yaitu dengan mengeluarkan racun dari kulit dan membentuk kembali kontur wajah saya, terutama sekali di daerah yang bermasalah di sekitar mata seperti mata bengkak dan berkantung yang terjadi akibat bekerja berjam-jam main film.

Tanya: Di antara semua perawatan yang ada, yang mana yang paling Anda sukai?

Wulan: Salah satu perawatan dari Bella Skin Care yang paling saya sukai adalah Sistem Pembersihan Bulu Rambut Depilux™. Perawatan ini mencegah tumbuhnya bulu rambut tanpa rasa sakit, hasilnya kulit yang tetap sehalus sutra yang bebas dari bulu rambut dan ini bisa langsung terlihat hasilnya di bagian kulit mana pun pada tubuh. Saya tidak akan khawatir lagi bila harus mengenakan baju yang agak terbuka bisa sedang main film. Dengan Bella Skin Care, Saya yakin saya selalu dalam kondisi puncak!

Promo Portion

Manjakan diri Anda dengan berbagai penawaran istimewa berikut ini:

Paket Kulit Sempurna Wulan untuk kulit sehat sempurna

Nikmati 30 Terapi dengan harga Rp 3.000.000*

Paket Pemutih Ultra Wulan untuk kulit lebih putih bersih

Dapatkan 30 Terapi dengan harga Rp 4.800.000*

Paket Nutrisi Wulan untuk kulit lembut bercahaya

Dapatkan 30 Terapi dengan harga Rp 4.000.000*

*Syarat dan ketentuan berlaku

=====

THE PROPOSED TECHNIQUE IN TRANSLATION TEACHING

Based on the discussion on Text Linguistics and *Skopos* Theory above, some points can be proposed for translation teaching as follows:

1. The translation teaching material should be selected based on the genres (text type) and difficulty levels.
2. Students should be trained to do text-analysis (based on text linguistics and *skopos* theory) to make sure that the characteristics of texts are well understood and the purpose of translation is well adopted.
3. The students should be made aware of the purpose of the source text which might be different from the purpose of the target text. Therefore, the teacher should write translation brief as clearly as possible prior to giving translation practice.

The actual teaching technique can be like the following 9-step technique:

1. The teacher makes a selection of the material to be translated based on the text type and translation audience.

- Text type based on discourse function: expressive, informative, operative
- Audience: children, adults, academicians, tourists, etc.

2. The students are assigned to do text analysis to the source text based on *skopos* theory. The students, assisted by their teacher, should identify the source text, in terms of the type of text, the register, the style and the readership of the text selected, etc. Please note that the readership of the source text may be the same or different from the readership of the target text as stipulated in the translation brief. In either case, the analysis of such features above benefits the translators (students).
3. The teacher should give a clear translation brief, including the purpose of the translation and the audience of the translation.
4. The teacher guides a discussion on the similarities/differences between the source text characteristics (based on step 2) and the characteristic of the target text of the same text type (genre).
5. Students do “deep” reading, by placing emphasis on items where translation problems may appear. This is called “reading with translation intention,” by Gerding-Salas (2000). When doing this, students should first underline unknown terms and then they should mentally confront potential translation difficulties in the text with suitable translation procedures, by keeping in mind the text as a whole.
6. The students then translate the text using appropriate translation

strategy but keeping in mind the purpose of the translation.

7. The students hand in the final version.
8. The teacher makes a final revision and returns the text to the students.
9. The students finally make comments on the lesson learned in the translation learning process. And that is a kind of self-reflection.

CONCLUSION

Some new concepts in translation theory, i.e. Text Linguistics, *Skopos* Theory and Translation-oriented Text Analysis are not also fruitful to the translation strategies employed by the translators but also to its methods of teaching. The translation teaching materials are selected based on the text type and difficulty levels, students are trained to do text-analysis and be made aware of the purpose of the source text is not always the same with the purpose of the target text. Prior to giving translation practice, therefore, the teacher writes the clearest translation brief possible.

REFERENCE

- Gerding-Salas, Constanza. 2000. Teaching Translation: Problems and Solutions. *Translation Journal*. Vol. 4. July 2000. accessed from <http://accurapid.com/journal/13educ.htm>
- Hariyanto, Sugeng. 2006. *The Translation Business Prospect in National and International Levels*. Paper presented in Seminar on Translation, STAIN Kediri.
- Hatim, Basil. 2001. *Teaching and Researching Translation*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Munday, Jeremy. 2001. *Introducing Translation Studies – Theories and Applications*. London and New York: Routledge.
- Nababan, Donald J. 2007. *A Product or Process-Based Approach to Translation Training? A Glance at Translation Practice Course*. A paper presented in FIT5th Asian translators Forum, Bogor, 11-12 April.
- Nord, Christiane. 1991. *Text Analysis in Translation: Theory, Method, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Amsterdam/Atlanta GA: Rodopi.
- Nord, Christiane. 1997. *Translation as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. Manchester: St Jerome.
- Reiss, Katharina. (1977/1989) 'Text Types, Translation Types and Translation Assessment', translated by A. Chesterman, in A. Chesterman (ed.)(1989).
- Snell-Hornby, Marry. 1988. *Translation Studies: An Integrated Approach*. Amsterdam: John Benjamins B.V.
- Vermeer, H. J. (1989/2000) 'Skopos and Commission in Translational Action' in L. Veneti (ed.) (2000).

Wikipedia. No date. *Text Linguistics*.
http://en.wikipedia.org/wiki/Text_linguistics

[1]

http://en.wikipedia.org/wiki/Text_linguistics.

PEMBELAJARAN INOVATIF UNTUK MENINGKATKAN PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS YANG EFEKTIF

Imam Mudofir

Program Studi Teknik Elektronika Jurusan Teknik Elektro
Politeknik Negeri Malang

Email: imammudofir76@yahoo.com

ABSTRAK

Sebagai tenaga pendidik dalam melaksanakan proses belajar dan mengajar akan selalu terfokus pada bagaimana menyampaikan materi pada pebelajar dengan baik sehingga pebelajar akan paham bahan ajar. Kepahaman pebelajar merupakan hal yang penting dalam proses belajar mengajar karena hal tersebut merupakan hasil akhir dari proses belajar dan mengajar. Hasil akhir tersebut juga disertai dengan suatu yang tidak kalah pentingnya yaitu adanya suatu strategi dalam proses belajar dan mengajar yang inovatif yang menciptakan pembelajaran yang efektif. Pembelajaran disebut efektif bila dapat memfasilitasi peserta didik untuk mencapai tujuan pembelajaran yang ditentukan. Untuk itu pengajar perlu menyusun strategi yang sesuai dengan karakteristik peserta didik dan mampu membuatnya mencapai kompetensi yang di tentukan dalam tujuan pembelajaran. Dalam hal ini pemanfaatan media juga dibutuhkan dalam pembelajaran inovatif. Pembelajaran inovatif dengan menggunakan strategi pembelajaran serta pemanfaatan media sangat penting untuk menciptakan pembelajaran bahasa Inggris yang efektif.

Kata Kunci: *Pembelajaran Inovatif dan Pembelajaran Inggris Efektif*

Masalah yang kita hadapi dalam dunia pendidikan pada saat sekarang masih banyak dan semakin kompleks sehingga perlu adanya suatu sumbangan pemikiran yang cocok dan sebagai obat yang mujarab untuk mengatasi permasalahan tersebut. Sebagai tenaga pendidik, sebaiknya kita tidak boleh tinggal diam dalam menghadapi permasalahan tersebut. Oleh karena itu, kita dengan semampu kita mengatasi masalah itu baik dengan tulisan, diskusi, maupun praktek nyata sebagai tenaga pendidik dalam proses belajar mengajar. Sehingga hal tersebut bukan

sekedar perbincangan belaka namun ada wujud nyata dalam proses belajar dan mengajar.

Sebagai tenaga pendidik dalam melaksanakan proses belajar dan mengajar akan selalu terfokus pada bagaimana menyampaikan materi pada pebelajar dengan baik sehingga pebelajar akan paham apa yang dimaksudkan oleh pebelajar. Kepahaman pebelajar merupakan hal yang penting dalam proses belajar mengajar karena hal tersebut merupakan hasil akhir dari proses belajar dan mengajar. Hasil akhir tersebut juga

disertai dengan suatu yang tidak kalah pentingnya yaitu adanya suatu strategi dalam proses belajar dan mengajar. Dikarenakan bagaimana proses belajar dan mengajar tersebut berlangsung akan mempengaruhi situasi dan kondisi baik manajemen kelas, pebelajar, dan pembelajar. Sehingga semua yang terlibat dalam proses belajar akan terlibat di dalamnya dengan baik.

Dalam pencapaian hasil dari proses belajar dibutuhkan adanya inovasi atau pembaharuan dalam setiap saat sehingga pembelajar akan terus memikirkan selalu strategi apa yang seharusnya pembelajar lakukan dalam kondisi dan situasi yang berbeda. Hal tersebut dikarenakan setiap situasi dan kondisi berbeda akan membutuhkan penanganan yang berbeda pula. Apabila diterapkan dengan strategi yang sama maka proses belajar dan mengajar tidak efektif dan tidak efisien. Disini pembelajar membutuhkan suatu pemikiran yang terus menerus untuk membuat inovasi yang baru dalam setiap proses belajar dan mengajarnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa pembelajaran inovatif sangat diperlukan dalam proses belajar mengajar.

Definisi Pembelajaran Inovatif

Inovatif (*innovative*) yang berarti *new ideas or techniques*, merupakan kata sifat dari inovasi (*innovation*) yang berarti pembaharuan, juga berasal dari kata kerja *innovate* yang berarti *make change atau introduce new thing (ideas or techniques) in order to make progress*. Pembelajaran, merupakan terjemahan dari learning yang artinya belajar, atau pembelajaran. Jadi, pembelajaran inovatif adalah pembelajaran yang dikemas oleh pebelajar atas dorongan gagasan barunya yang merupakan produk dari *learning how to learn* untuk melakukan langkah-langkah belajar, sehingga memperoleh kemajuan hasil belajar.

Pembelajaran inovatif juga mengandung arti pembelajaran yang dikemas oleh guru atau instruktur lainnya yang merupakan wujud gagasan atau teknik yang dipandang baru agar mampu memfasilitasi siswa untuk memperoleh kemajuan dalam proses dan hasil belajar.

Berdasarkan definisi secara harfiah pembelajaran inovatif tersebut, tampak di dalamnya terkandung makna pembaharuan. Gagasan pembaharuan muncul sebagai akibat seseorang merasakan adanya anomali atau krisis pada paradigma yang dianutnya dalam memecahkan masalah belajar. Oleh sebab itu, dibutuhkan paradigma baru yang diyakini mampu memecahkan masalah tersebut. Namun, perubahan sering dianggap sebagai pengganggu kenyamanan diri, karena pada hakikatnya seseorang secara alamiah lebih mudah terjangkit virus rutinitas.

Padahal, di dalam pendidikan, banyak kalangan mengakui bahwa pekerjaan rutin cenderung tidak merangsang, membuat pendidikan ketinggalan zaman, dan akan mengancam eksistensi negara dalam perjuangan dan persaingan hidup. Rutinitas kinerja dapat bersumber dari beberapa faktor yang dianggap menghambat inovasi. Faktor-faktor yang dapat dikategorikan sebagai penghambat inovasi adalah keunggulan inovasi relatif sulit untuk dijelaskan dan dibuktikan, sering dianggap time dan cost consuming, pelaksanaan cenderung partial, *complexity innovation* sering menghantui orang untuk diam di jalan rutinitas, dan *simplification paradigm* dalam *innovation dissemination* berpotensi mengurangi keyakinan dan pemahaman bagi para praktisi terhadap inovasi.

Inovasi pembelajaran muncul dari perubahan paradigma pembelajaran. Perubahan paradigma pembelajaran berawal dari hasil refleksi terhadap eksistensi paradigma lama yang mengalami

anomali menuju paradigma baru yang dihipotesiskan mampu memecahkan masalah. Terkait dengan perkuliahan di perguruan tinggi, paradigma pembelajaran yang dirasakan telah mengalami anomali, adalah (1) kecenderungan guru untuk berperan lebih sebagai transmitter, sumber pengetahuan, mahatahu, (2) kuliah terikat dengan jadwal yang ketat, (3) belajar diarahkan oleh kurikulum, (4) kecenderungan fakta, isi pelajaran, dan teori sebagai basis belajar, (5) lebih mentoleransi kebiasaan latihan menghafal, (6) cenderung kompetitif, (7) kelas menjadi fokus utama, (8) komputer lebih dipandang sebagai obyek, (9) penggunaan media statis lebih mendominasi, (10) komunikasi terbatas, (11) penilaian lebih bersifat normatif. Paradigma tersebut diduga kurang mampu memfasilitasi siswa untuk siap terjun di masyarakat.

Paradigma pembelajaran yang merupakan hasil gagasan baru adalah (1) peran guru lebih sebagai fasilitator, pembimbing, konsultan, dan kawan belajar, (2) jadwal fleksibel, terbuka sesuai kebutuhan, (3) belajar diarahkan oleh siswa sendiri, (4) berbasis masalah, proyek, dunia nyata, tindakan nyata, dan refleksi, (5) perancangan dan penyelidikan, (6) kreasi dan investigasi, (7) kolaborasi, (8) fokus masyarakat, (9) komputer sebagai alat, (10) presentasi media dinamis, (11) penilaian kinerja yang komprehensif. Paradigma pembelajaran tersebut diyakini mampu memfasilitasi siswa untuk mengembangkan kecakapan hidup dan siap terjun di masyarakat.

Dalam dunia pendidikan terdapat beberapa istilah tentang inovasi yang harus diketahui oleh para calon pendidik, yaitu *diskoveri (discovery)*, *invensi (invention)*, dan *inovasi (innovation)*. *Diskoveri* adalah penemuan sesuatu yang sebenarnya benda atau hal yang ditemukan itu sudah ada, tetapi belum diketahui orang. *Invensi* adalah penemuan sesuatu yang benar-

benar baru, artinya hasil karya manusia. Sedangkan *inovasi* adalah suatu ide, barang, kejadian, metode yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang atau masyarakat.

Pembelajaran inovatif, dewasa ini menjadi perbincangan hangat diberbagai kalangan, mulai dari guru, praktisi pendidikan, dan pemerintah baik pusat maupun pemerintah daerah. *Inovatif (innovative)* yang berarti *new ideas or techniques*, merupakan kata sifat dari *inovasi (innovation)* yang berarti pembaharuan. Dengan demikian, *inovasi* dapat dimaknai sebagai suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, atau praktek-praktek baru yang belum banyak diketahui, dan digunakan/diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat yang dapat mendorong terjadinya perubahan yang lebih baik.

Pembelajaran, merupakan terjemahan dari *learning* yang artinya belajar, atau pembelajaran. Jadi, *inovasi pembelajaran* adalah pembelajaran yang menggunakan ide atau teknik/metode yang baru untuk melakukan langkah-langkah belajar, sehingga memperoleh kemajuan hasil belajar yang diinginkan. Berdasarkan definisi secara harfiah pembelajaran inovatif, terkandung makna pembaharuan. *Inovasi pembelajaran* muncul dari perubahan paradigma pembelajaran. Perubahan paradigma pembelajaran berawal dari hasil refleksi terhadap eksistensi paradigma lama yang mengalami perubahan menuju paradigma baru yang diharapkan mampu memecahkan masalah.

Pada lembaga pendidikan, paradigma pembelajaran yang dirasakan telah mengalami perubahan antara lain: kecenderungan guru untuk berperan lebih sebagai transmitter, sumber pengetahuan, dan mahatahu, kuliah terikat dengan jadwal yang ketat, belajar diarahkan oleh kurikulum, kecenderungan

fakta, isi pelajaran, dan teori sebagai basis belajar, lebih mentoleransi kebiasaan latihan menghafal, penggunaan media statis lebih mendominasi, dan komunikasi terbatas.

Paradigma pembelajaran yang merupakan hasil gagasan baru adalah peran guru lebih sebagai fasilitator, pembimbing, konsultan, dan kawan belajar, jadwal fleksibel, terbuka sesuai kebutuhan, belajar diarahkan oleh siswa sendiri, berbasis masalah, proyek, dunia nyata, tindakan nyata, dan refleksi, perancangan dan penyelidikan, komputer sebagai alat, dan presentasi media dinamis.

Dalam proses pembelajaran, paradigma baru pembelajaran sebagai produk inovasi yang lebih menyediakan proses untuk mengembalikan hakikat siswa sebagai manusia yang memiliki segenap potensi untuk mengalami proses dalam mengembangkan kemampuannya. Oleh sebab itu, apapun fasilitas yang dikreasi untuk memfasilitasi siswa dan siapapun fasilitator yang akan menemani siswa belajar, seharusnya bertolak dan berorientasi pada apa yang menjadi tujuan belajar siswa. Paradigma pembelajaran yang mampu mengusik hati siswa untuk membangkitkan mode mereka hendaknya menjadi fokus pertama dalam mengembangkan fasilitas belajar.

Pembelajaran Inovatif dalam Proses Belajar dan Mengajar.

Pembelajaran disebut efektif bila dapat memfasilitasi peserta didik untuk mencapai tujuan pembelajaran yang ditentukan. Untuk itu pengajar perlu menyusun strategi yang sesuai dengan karakteristik peserta didik dan mampu membuatnya mencapai kompetensi yang ditentukan dalam tujuan pembelajaran. Pengembangan strategi instruksional yang dapat dilakukan oleh pengajar untuk menciptakan situasi pembelajaran yang mendukung pencapaian kompetensi yang

telah ditetapkan. Sehingga pembelajaran inovatif sangat efektif untuk proses belajar dan mengajar. Berikut langkah-langkah pengembangan strategi instruksional. Urutan kegiatan instruksional metode media waktu yaitu : pendahuluan deskripsi singkat, relevansi, Tujuan Instruksional Khusus (TIK), penyajian uraian, contoh, latihan, penutup tes formatif, umpan balik dan tindak lanjut.

Visi Pembelajaran Inovatif

Visi Pembelajaran dilihat dari makna kompetensi masa depan dan bebas berkreasi merupakan hal yang penting harus diyakini bersama oleh pengajar dan peserta didik adalah makna kompetensi yang terkandung dalam tujuan pembelajaran. Kompetensi dalam tujuan pembelajaran itu bukan saja perlu dipahami artinya tetapi juga diyakini manfaatnya oleh peserta didik bagi kehidupannya sekarang dan terutama masa datang. Yang dalam memahami dan menghayati makna tersebut peserta didik harus sampai pada taraf mendapatkan harapan baru, cita-cita baru, dalam hidupnya pada masa depan. Bagi pengajar itulah visi dalam sistem pembelajaran yang menjadi tanggung jawabnya, yaitu pembelajaran yang mampu menciptakan impian ke masa depan bagi peserta didiknya. Penjelasan dari pengajar tentang visi pembelajaran itu bukan sekedar verbalistik, tetapi harus mampu membawa peserta didik ke angan-angan yang indah dan penuh harapan. Disinilah diperlukan pengajar profesional yang inovatif, sabar, dan selalu berorientasi ke depan, ke arah masa depan yang lebih baik, lebih cerah, lebih bersemangat, lebih positif, bukan sebaliknya, menciptakan peserta didik yang pesimis, negatifis, skeptis, rendah diri, dan tidak mampu melihat masa depannya. Hal ini dilakukan dengan pengajar bebas berkreasi, bebas mengekspresikan pikiran

dan perasaannya menurut situasi saat pembelajaran terjadi. Pengajar tidak perlu diharuskan mematuhi buku pintar tentang satu-satunya bimbingan teknis yang mengikat dan membelenggu kreativitasnya. Biarkan pengajar mencari sendiri cara yang dipandang terbaik dalam menyampaikan visi pembelajaran tersebut dan menguasai berbagai cara yang dipilihnya setiap saat. Yang harus tetap hidup dalam dada peserta didik adalah dicapainya keyakinan tentang makna kompetensi yang akan dicapainya bagi kehidupannya yang lebih baik saat ini dan terutama masa depan.

Sumber belajar yang konsisten dengan visi yang perlu dikuasai pengajar adalah digunakannya pendekatan sistem dalam melaksanakan pembelajaran. Pengajar perlu mempunyai dan menerapkan wawasan bersistem, bahwa untuk mewujudkan visi pembelajaran itu diperlukan cara-cara tentang mendayagunakan semua sumber belajar yang sudah ada dan bila perlu yang harus diadakan olehnya agar interaksi peserta didik dengan sumber belajar tersebut dapat berlangsung dengan aktif, lancar, menarik, menyenangkan, menantang, dan akhirnya menghasilkan kompetensi yang telah ditentukan. Cara-cara itu dapat diciptakan secara bebas oleh pengajar dan dapat diubah-ubah sewaktu-waktu sesuai dengan daya cipta, keinginan, perasaan yang ada padanya. Disamping penguasaan materi yang di ajarkan, perbendaharaan tentang pengetahuan dan keterampilan menggunakan berbagai metode, dan media yang diperoleh dari berbagai pelatihan, diperkaya dengan pengalamannya dalam menggunakan berbagai urutan kegiatan penyajian, metode dan media pembelajaran, dan manajemen waktu dalam pembelajaran merupakan referensi bagi pengajar dalam menciptakan cara-cara tersebut agar sesuai dengan karakteristik peserta didik, yang dihadapinya dan visi

pembelajaran yang ditentukan. Cara-cara itu disebut strategi pembelajaran. Melalui pengalaman secara kumulatif, setiap pengajar akan kaya strategi bahkan setiap saat dapat menciptakan strategi baru yang semuanya membuat peserta didik berinteraksi dengan sumber belajar secara efektif dan efisien dalam mewujudkan visi pembelajaran. Dengan kata lain pengajar dimungkinkan menemukan strategi yang paling efektif dan efisien serta disenangi untuk mewujudkan visi pembelajaran yang di cita-citakan. Inovasi dalam strategi pembelajaran dapat terjadi setiap saat oleh setiap pengajar. Modal awalnya adalah pengetahuan dan keterampilan menggunakan berbagai metode dan media yang diperolehnya dari berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau yayasan pengelola pendidikan.

Keberhasilan mewujudkan Visi yaitu pengajar boleh bahkan bebas seluas-luasnya untuk berkreasi selama proses pembelajaran, tidak harus mengikuti satu strategi sepanjang waktu. Pengajar dapat mengubah strategi pembelajaran dari waktu ke waktu agar ia tidak jenuh, peserta didik tidak bosan tetapi senang, dan muncul gagasan-gagasan baru dalam strategi pembelajaran. Yang tidak boleh berubah-ubah adalah visi pembelajaran saja yaitu: kompetensi yang diharapkan dicapai setelah pembelajaran, karena kompetensi itu telah dirumuskan dan ditetapkan sejak awal. Visi inilah yang menjadi panduan dan fokus bagi pengajar dan peserta didik. Visi yang semula merupakan impian bagi peserta didik, berkat kemampuan pengajar dalam meyakinkannya diikuti dengan strategi pembelajaran yang berfokus kepada visi tersebut. Impian indah itu pada akhirnya harus berwujud kompetensi yang dikuasai peserta didik.

Pengukuran keberhasilan pembelajaran yang lain dilakukan oleh pengajar secara otonom. Pengukuran

secara otonom dan mandiri sudah dapat memenuhi rasa ingin tahu tentang efektivitas pembelajaran dan sekaligus sebagai bentuk pertanggungjawaban pengajar secara internal baik kepada sekolah maupun kepada peserta didik. Namun untuk memenuhi kepentingan yang lebih besar yaitu tanggung jawab terhadap masyarakat luas dan Pemerintah, pengukuran keberhasilan perlu dilakukan oleh pihak luar, tidak cukup hanya oleh pengajar yang bersangkutan. Disinilah letak perlunya ada ujian akhir nasional (UAN) yang diselenggarakan oleh Pemerintah. Pemerintah dalam hal ini adalah pihak luar ditinjau dari pihak pengajar, siswa dan sekolah.

Melalui penyelenggaraan UAN baik peserta didik maupun pengajar diukur keberhasilan mewujudkan visi pembelajarannya secara lebih independen. Bagi Pemerintah kepentingan penyelenggaraan UAN sekaligus sebagai cara untuk memotivasi peserta didik, pengajar, dan pimpinan sekolah untuk menyelenggarakan strategi pembelajaran yang paling sesuai dengan memperhitungkan karakteristik peserta didik dan ketersediaan sumberdaya pendukung. Hasil UAN ini dapat digunakan pula sebagai dasar oleh Pemerintah atau lembaga pendidikan yang diselenggarakan masyarakat untuk mengadakan sumber daya yang ideal di setiap sekolah, seperti sarana prasarana, kesejahteraan pendidik dan tenaga kependidikan, dan peningkatan kualitas tenaga pendidik dan kependidikan. Dengan demikian penyelenggara UAN mempunyai dampak positif walaupun melalui pemberian tekanan kepada semua pihak baik guru, peserta didik, sekolah, pemerintah dan masyarakat untuk berperan dan bertanggungjawab di bidang masing-masing dalam penyelenggaraan pendidikan. Semua pihak itu harus berupaya mengelola tekanan yang acapkali

berwujud stress sebaik-baiknya agar visi pembelajaran tercapai.

4. 1. Pebelajar yang mampu menggali dan mengembangkan potensi diri

Paradigma pembelajaran yang mampu mengusik hati siswa untuk membangkitkan mode mereka hendaknya menjadi fokus pertama dalam mengembangkan fasilitas belajar. Paradigma hati tersebut akan membangkitkan sikap positif terhadap belajar, sehingga siswa siap melakukan olah pikir, rasa, dan raga dalam menjalani invent belajar.

Pendidikan bertujuan mengembangkan atau mengubah tingkah laku peserta didik. Pribadi adalah suatu sistem yang bersifat unik, terintegrasi dan terorganisasi yang meliputi semua jenis tingkah laku individu. Pada hakikatnya pribadi tidak lain daripada tingkah laku itu sendiri. Kepribadian mempunyai ciri-ciri sebagai berikut : (1) Berkembang secara berkelanjutan sepanjang hidup manusia, (2) Pola organisasi kepribadian berbeda untuk setiap orang dan bersifat unik, (3) Bersifat dinamis, terus berubah melalui cara-cara tertentu.

Peserta didik memiliki berbagai potensi yang siap untuk berkembang. Tiap individu mampu berkembang menurut pola dan caranya sendiri. Mereka dapat melakukan berbagai aktivitas dan mengadakan interaksi dengan lingkungannya. Aktivitas belajar sesungguhnya bersumber dari dalam diri peserta didik. Guru berkewajiban menyediakan lingkungan yang serasi agar aktivitas itu menuju ke arah tujuan yang diinginkan. Dalam hal ini guru bertindak sebagai organisator belajar bagi siswa yang potensial itu sehingga tercapai tujuan pembelajaran secara optimal. Pembentukan warga negara yang baik adalah warga negara yang dapat bekerja di masyarakat. Sekolah merupakan tempat untuk mencetak calon-calon warga negara

yang siap untuk memecahkan masalah-masalah sehari-hari dalam lingkungannya baik di rumah maupun masyarakat. Oleh karena itu, tujuan pembelajaran terutama di sekolah atau di lembaga pendidikan umumnya membutuhkan inovasi agar dapat berkembang sesuai dengan dinamika kehidupan.

Pemanfaatan Media dalam Pembelajaran Inovatif

Pemanfaatan media sangat diperlukan dalam pembelajaran inovatif sehingga pembelajaran tidak monoton. Menurut penelitian Franzoni (2009) menunjukkan bahwa dengan adanya pengembangan integrasi taksonomi yang dikombinasikan dengan gaya-gaya mengajar, strategi pengajaran berbeda dan media elektronik akan mampu membantu proses belajar mengajar. Dan selain itu taksonomi yang telah dipaparkan adalah merupakan alat yang sangat berguna untuk memperoleh pengetahuan. Sehingga kita akan tahu strategi pembelajaran yang tepat untuk suatu matapelajaran supaya menjadi pembelajaran inovatif.

Selain itu juga menurut Zheng (2006) keefektifan penggunaan multimedia harus memperhatikan perancangan dan penggunaan multimedia itu sendiri. 2. Penggunaan multimedia harus adanya interaksi yang berarti antara kemampuan spasial dan demografi siswa yang mencakup umur, pendidikan, etnis, dan hobi. 3. Apabila penggunaan multimedia tersebut cepat maka akan mempercepat pula pemahaman siswa pada suatu matakuliah atau mata pelajaran. Sehingga waktu yang diperlukan dalam proses pemahaman akan relatif cepat.

Prinsip Belajar Bahasa Inggris yang Efektif

Belajar bahasa Inggris tidak sulit, tetapi juga tidak mudah membalik telapak tangan. Yang penting adalah

kemauan dan ketekunan. Prinsip pembelajaran bahasa Inggris yang inovatif akan menciptakan pembelajaran yang efektif. Pakar pembelajaran Bahasa Inggris, H. Douglas Brown mengemukakan lima prinsip belajar bahasa Inggris yang efektif berikut ini. *"Way of life"*: Jika kita belajar bahasa Inggris di negeri tempat bahasa tersebut digunakan sebagai Bahasa Ibu, umumnya kita akan lebih cepat menguasai bahasa tersebut karena kita setiap hari dikelilingi oleh bahasa Inggris, dari bangun tidur sampai kembali ke tempat tidur. Hal ini disebabkan karena bahasa Inggris telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan kita. Demikian pula yang harus kita lakukan di Indonesia, jika kita ingin belajar bahasa Inggris dengan efektif: kita harus menjadikan bahasa Inggris sebagai bagian dari kehidupan kita. Artinya, kita harus mencoba menggunakannya setiap hari di mana mungkin. Untuk itu, kita bisa membaca, mendengar, ataupun berbicara dengan menggunakan bahasa Inggris pada setiap kesempatan yang kita temui atau yang bisa kita ciptakan. Misalnya, kita bisa menyisihkan waktu tiap hari untuk baca satu artikel bahasa Inggris dalam satu hari. Kalau satu artikel belum mampu, satu paragraf atau satu kalimat per hari pun tidak jadi masalah. Kita jadikan kalimat tersebut kalimat kita hari itu, dan kita gunakan kalimat tersebut dalam segala kesempatan yang mungkin ada dalam hari itu. Atau, kita bisa juga meluangkan waktu untuk mendengarkan segala sesuatu dalam bahasa Inggris (lagu, berita, atau kaset-kaset berisi pembicaraan dalam bahasa Inggris) untuk membiasakan telinga kita terhadap bahasa asing tersebut. Yang bisa kita lakukan antara lain adalah mendengarkan kaset-kaset (baik lagu, pidato, presentasi, atau kaset pembelajaran dalam bahasa Inggris) di mobil sepanjang perjalanan dari rumah ke kantor atau sebaliknya.

Kita juga bisa mencoba untuk menulis dalam bahasa Inggris (menulis memo, surat pendek, ataupun menulis rencana kerja yang akan kita lakukan selama seminggu atau untuk hari berikutnya). Pada prinsipnya, kelilingi hidup kita dengan bahasa Inggris yang topik-topiknya kita senang atau kita butuhkan. *"Total commitment"*: Untuk menjadikan bahasa Inggris sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari hidup kita, kita harus memiliki komitmen untuk melibatkan bahasa Inggris dalam hidup kita secara fisik, secara mental, dan secara emosional. Secara fisik, kita bisa mencoba mendengar, membaca, menulis, dan melatih pengucapan dalam bahasa Inggris, terus-menerus dan berulang-ulang. Secara mental atau intelektual, kita bisa mencoba berpikir dalam bahasa Inggris setiap kali kita menggunakan bahasa Inggris. Misalnya, dalam memahami bahasa Inggris, jangan kata per kata, tapi arti secara keseluruhan. Kita bisa mencoba mengenali beberapa ungkapan dalam bahasa Inggris yang memiliki arti yang kurang lebih sama, misalnya: *How're you?*, *How's life?*, *How's business?* (jangan terpaku pada satu ungkapan saja). Dan, yang paling penting adalah keterlibatan kita secara emosional dengan bahasa Inggris, yaitu kita perlu memiliki motivasi yang tinggi untuk belajar bahasa Inggris, dan kita perlu mencari "hal-hal positif" yang bisa kita nikmati, ataupun yang bisa memberikan kita keuntungan jika kita mampu menguasai bahasa Inggris.

Hal-hal ini akan memberikan energi yang luar biasa pada kita untuk tetap bersemangat belajar bahasa Inggris. Ketiga aspek (fisik, mental, dan emosional) ini harus kita libatkan secara total dalam proses belajar kita, jika kita ingin belajar bahasa Inggris dengan lebih efektif. *"Trying"*: Belajar bahasa adalah seperti belajar naik sepeda atau belajar menyetir mobil. Kita tidak bisa hanya membaca dan memahami "buku manual" saja, tetapi kita

harus mencoba menggunakannya. Pada tahap pembelajaran (tahap percobaan), sangat wajar jika kita melakukan kesalahan. Yang penting adalah mengetahui kesalahan yang kita lakukan dan memperbaikinya di kesempatan yang berikutnya. Akan lebih baik lagi jika pada saat mencoba kita mempunyai guru yang bisa memberitahu kita kesalahan yang kita lakukan. Guru tidak harus guru formal di sekolah atau kursus bahasa Inggris. Guru bisa saja sebuah kaset yang bisa kita dengarkan dan kita bandingkan dengan ucapan kita, sebuah buku pelajaran yang bisa kita baca dan cek jawabannya, atau bisa juga kenalan, ataupun kerabat yang bisa membantu kita jika kita ada masalah atau ada hal-hal yang ingin kita tanyakan. Kita tidak usah malu bertanya, dan tidak usah takut melakukan kesalahan. Dari pertanyaan yang kita ajukan dan dari kesalahan yang kita lakukan, kita bisa belajar banyak. *"Beyond class activities"*. Jika kita belajar bahasa Inggris secara formal (di kelas, di kursus), biasanya jam-jam belajarnya terbatas: empat jam seminggu, enam jam seminggu ataupun delapan jam seminggu. Yang pasti jam belajar di kelas ini tentunya sangat terbatas. Agar belajar bisa lebih efektif, kita harus menciptakan kesempatan untuk "belajar" juga di luar jam-jam belajar di kelas: berdiskusi dengan teman, mengunjungi websites yang menawarkan pembelajaran bahasa Inggris gratis, ataupun berkomunikasi dalam bahasa Inggris dengan teman-teman atau *native speakers* (baik melalui surat, email, ataupun percakapan langsung). Kita bisa juga mencoba membaca koran, majalah, buku-buku teks, mendengarkan radio, lagu, ataupun menonton acara-acara dan film. Agar proses belajar bisa lebih menarik, pilihlah topik-topik yang sesuai dengan minat kita, kebutuhan kita, ataupun yang berhubungan dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang kita tekuni.

"Strategies": Jika komitmen, keberanian mencoba, dan menjadikan bahasa Inggris sebagai bagian hidup telah kita terapkan, langkah selanjutnya adalah menerapkan strategi belajar yang tepat untuk menunjang proses belajar kita. Strategi ini bisa kita kembangkan dan kita sesuaikan dengan kepribadian dan gaya belajar kita masing-masing. Ada yang lebih mudah belajar dengan menggunakan *"cue-cards"*, yaitu kartu-kartu kecil yang bertuliskan ungkapan atau kata-kata yang ingin kita kuasai disertai dengan contoh kalimat yang bisa menggunakan kata-kata tersebut. Kartu ini bisa kita bawa kemana pun kita pergi. Kapan pun ada kesempatan (pada saat menunggu taksi, menunggu makan siang disajikan, ataupun pada saat berada dalam kendaraan yang sedang terjebak kemacetan), kita bisa mengambil kartu ini dan membacanya serta mencoba melakukan improvisasi dengan kata-kata baru dalam struktur kalimat yang sama. Ada pula orang yang lebih mudah belajar dengan langsung berkomunikasi lisan dengan orang lain atau native speakers. Dari komunikasi ini mereka bertanya, mendengar, dan memperbaiki ucapan dan meningkatkan kosa kata mereka dengan gaya belajar kita.

Gaya Belajar Bahasa Inggris

Setiap orang memiliki gaya belajar yang berbeda. Gaya belajar ini terbentuk dari lingkungan dan kebiasaan kita sehari-hari. Jika kita mengenal gaya belajar kita, maka kita bisa memilih strategi belajar yang efektif, yang disesuaikan dengan gaya belajar kita masing-masing. *"Auditory learners"*: Jika kita termasuk orang yang lebih mudah belajar dengan mendengarkan, maka kita memiliki gaya belajar *"auditory."* Jika ini gaya belajar kita, maka kita bisa memperbanyak porsi belajar dengan mendengarkan, misalnya mendengarkan kaset-kaset pelajaran

bahasa Inggris, lagu-lagu favorit kita, ataupun berita, pidato dalam bahasa Inggris. Kita juga bisa mendengarkan percakapan-percakapan dalam bahasa Inggris di film-film favorit yang kita tonton di bioskop, televisi, ataupun VCD. Dengarkan ucapan, ungkapan yang digunakan, perhatikan konteks ataupun situasi di mana kata-kata ataupun ungkapan tersebut digunakan. Lakukan hal ini berulang-ulang maka kita akan bertemu dengan ungkapan serupa yang dapat kita latih secara berkala, sehingga kita bisa makin mahir mengucapkan dan menggunakannya. *"Visual learners"*: Jika kita termasuk orang yang lebih mudah belajar melalui input visual (gambar, tulisan), maka kita memiliki gaya belajar *"visual."* Banyak sekali strategi yang bisa kita lakukan. Kita bisa membaca artikel-artikel dalam bahasa Inggris yang kita anggap penting, dan menarik di surat kabar, majalah, ataupun internet, untuk kemudian kita coba ceritakan kembali dengan kata-kata yang kita susun sendiri, baik dalam bentuk tulisan ataupun dalam bentuk ucapan. Kita bisa juga membaca dan mempelajari contoh surat, proposal, brosur yang sering kita temui dalam melakukan pekerjaan kita. Untuk mencoba memahami suatu konsep abstrak, kita bisa menggambarkannya dalam bentuk visual: *flow chart*, tabel, ataupun bentuk-bentuk visual lainnya. *"Kinesthetic learners"*: Jika kita lebih suka belajar dengan melakukan sesuatu atau bergerak, maka kita bisa belajar dengan menggunakan komputer (di mana kita harus menekan tombol di *keyboard*, atau *mouse*), sehingga kita tidak cepat bosan. Kita bisa juga bergabung dengan perkumpulan-perkumpulan bahasa Inggris (*English Club*) yang memiliki banyak kegiatan dan permainan yang melibatkan gerakan. Yang juga bisa kita lakukan adalah belajar dengan menulis (menggerakkan tangan untuk menulis), atau mencoba memahami sebuah kata atau ungkapan

dengan membayangkan gerakan yang bisa diasosiasikan dengan arti kata-kata tersebut. Setiap orang bisa memiliki lebih dari satu gaya belajar (misalnya *auditory* dan *visual*, atau *visual* dan *kinesthetic*). Apa pun gaya belajar kita, jika kita sudah mengenalnya, bisa kita cari dan terapkan strategi belajar yang disesuaikan dengan gaya belajar tersebut agar hasilnya bisa lebih efektif.

Belajar Bahasa Inggris secara On-Line

Ada banyak cara yang bisa kita lakukan untuk belajar bahasa Inggris. Salah satunya adalah dengan belajar secara on-line. Menurut penelitian (Birch, 2007) menunjukkan bahwa adanya peningkatan komunikasi dan interaksi mahasiswa dari jarak jauh (*on-line*) yang melibatkan pemberelajaran sosial dan kolaboratif untuk mempraktekkan kosa kata dan meningkatkan fleksibilitas linguistik bahasa Inggris. Prosedur yang digunakan adalah subyek 70 dari 161 mahasiswa. Metode dengan survey elektronik pada akhir semester 1, 2005. 55% responden adalah bahasa Inggris sebagai bahasa pertama mereka. 80% wanita 20% laki-laki. 73% responden adalah pekerja paruh waktu. 40% *on shore* dan 60% *off shore* Siswa ditanya tentang manfaat dari media online berkenaan dengan pencapaian hasil pembelajaran, seperti pemahaman isi, pengembangan jaringan pembelajaran, dan mencari saran pada item penilaian. Kemudian siswa disuruh melaporkan penilaian diskusi on-line pada mata pelajaran. Sehingga mereka melaporkan manfaat dari hasil pembelajaran dan mengembangkan keahlian-keahlian lulusan. Selain itu siswa disuruh mengindikasikan sikap mereka terhadap item penilaian online pada sejumlah

dimensi. Persepsi mereka diukur dalam lima skala yang dikembangkan.

Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah partisipasi mahasiswa sebelumnya: 62% setiap empat hari, 29% per bulan, dan 88% mahasiswa yang melaporkan akses mereka. Non peserta yang diharapkan 38% dan penggunaan waktu yang terbatas 26%. 2) Mendapatkan umpan balik: 94%, mempelajari perspektif siswa: 93%, mempelajari pengalaman siswa lainnya: 93%, interaksi dengan instruktur: 93%, social atribut: 90%, pengalaman dengan lainnya: 85%, komunitas pembelajaran: 84%, dan interaksi dengan mahasiswa lainnya: 86%. 3) Persepsi hasil sosial dan kognitif, umpan balik dari instruktur 92%, dengan mahasiswa lain 76%, sharing pandangan 85%, dengan yang lainnya 80%, kesempatan bertemu 42%, dan hubungan lebih dekat 29%. 3) Kemampuan persepsi untuk meningkatkan keahlian lulusan pada kelompok yang menggunakan bahasa yang berlawanan. 5) Sikap mahasiswa terhadap diskusi secara online aktif

Sehingga dapat disimpulkan bahwa media online ini sangat efektif dan bermanfaat bagi mahasiswa yang mempunyai kesibukan dan pekerjaan selain belajar. Sehingga akan memenuhi intensitas pertemuan pengajar dan mahasiswa lainnya. Oleh karena itu media ini sebaiknya didesain dan digunakan dalam lembaga pendidikan.

Peningkatan Pembelajaran Bahasa Inggris

Kemampuan berbahasa Inggris merupakan salah satu kemampuan yang sangat menentukan dalam memperoleh lapangan kerja akhir-akhir ini. Fenomena inilah yang mendasari munculnya berbagai macam kursus Bahasa Inggris di seluruh wilayah Indonesia. Terlepas dari bagaimana sesungguhnya mutu dari kursus-kursus Bahasa Inggris yang ada di Indonesia ini, tersirat suatu

keadaan yang memprihatinkan yaitu kurang baiknya mutu hasil pengajaran Bahasa Inggris di sekolah-sekolah.

Secara logika, kita dapat mengajukan argumentasi bahwa tidak mungkin kursus-kursus Bahasa Inggris sedemikian menjamurnya di Indonesia jika hasil pengajaran Bahasa Inggris di sekolah ternyata memuaskan. Jika demikian halnya, maka kursus Bahasa Inggris yang ada hanyalah yang ditujukan untuk kepentingan-kepentingan khusus seperti untuk memperoleh sertifikat TOEFL, IELTS, TOEIC dan lain-lain serta bukan yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris dalam kehidupan sehari-hari. Tapi kenyataannya, mayoritas kursus Bahasa Inggris yang ada adalah yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris dalam kehidupan sehari-hari, bukan untuk tujuan-tujuan lain.

Keadaan ini tentunya menimbulkan masalah. Bagi para siswa yang datang dari keluarga menengah ke atas, masalah kesulitan berbahasa Inggris ini dapat diatasi dengan mudah. Mereka tinggal menunjuk kursus Bahasa Inggris mana saja yang mereka suka dan mulai belajar. Tetapi, bagaimana halnya dengan para siswa yang berasal dari kalangan bawah? Hal ini tentunya merupakan kesulitan tersendiri karena, kadang-kadang, jangankan untuk membayar uang kursus, untuk makanpun mereka masih harus mencari uang selepas sekolah. Lalu apa dampaknya? Tentu sangat jelas. Karena perusahaan-perusahaan papan atas yang ada di negara ini selalu mencantumkan persyaratan kemampuan berbahasa Inggris sebagai salah satu syarat untuk menjadi karyawan di perusahaan tersebut, maka hilanglah kesempatan para siswa yang berasal dari kalangan bawah ini untuk dapat masuk ke wilayah kerja yang dapat memberikan penghasilan yang lebih besar. Mereka akhirnya hanya dapat bekerja di

perusahaan-perusahaan kecil yang tidak mensyaratkan kemampuan berbahasa Inggris dengan gaji yang sangat jauh tingkatannya dengan perusahaan asing. Dengan demikian, taraf kehidupan mereka tentunya tidak akan jauh berbeda dengan taraf kehidupan orang tua mereka sebelumnya.

Dengan memandang alasan-alasan tersebut di atas, apakah kita sebagai guru Bahasa Inggris tidak tergerak untuk berupaya meningkatkan kemampuan siswa berbahasa Inggris melalui pelajaran Bahasa Inggris di sekolah? Sebagai kalangan yang sering disebut-sebut sebagai Pahlawan tanpa Tanda Jasa, sangatlah tidak layak jika kita ingin dianggap sebagai pahlawan tetapi tidak berupaya untuk memajukan siswa-siswa kita. Di tengah-tengah munculnya fenomena segelintir guru-guru yang mengejar materi untuk kepentingan pribadi dengan memanfaatkan muridnya, marilah kita usik kembali jiwa pengabdian kita untuk berupaya meningkatkan hasil pengajaran Bahasa Inggris di sekolah agar siswa-siswa kita yang berasal dari kalangan bawah tidak semakin terpuruk dan tidak akan kalah dari siswa-siswa lain yang berasal dari kalangan berada.

Masalah-Masalah yang Timbul dalam Pengajaran Bahasa Inggris di Sekolah Jika kita renungkan lebih dalam, adalah hal yang sangat luar biasa bahwa siswa yang telah belajar Bahasa Inggris selama minimal 6 tahun (sejak SMP) setelah lulus SMA masih tidak dapat berbicara dalam Bahasa Inggris, bahkan untuk memperkenalkan diri sendiri sekalipun. Disebut luar biasa karena jika siswa tersebut mengikuti kursus general english di suatu lembaga kursus dalam waktu yang sama, maka dapat dipastikan siswa sudah sangat mampu berbincang-bincang dalam Bahasa Inggris, bahkan mungkin sudah dapat memahami Bahasa Inggris untuk tingkatan drama, puisi, dan lain-lain. Jadi, mengapa hal ini bisa terjadi?

Masalah-masalah yang menghambat pembelajaran bahasa Inggris adalah:

1. Jarangnya guru berbicara dengan Bahasa Inggris di dalam kelas. Hal ini dirasakan menghambat oleh para siswa karena menurut mereka, mereka jadi tidak terbiasa mendengar orang lain berbahasa Inggris.
2. Pelajaran terlalu ditekankan pada tata bahasa (dan bukan pada percakapan), tetapi siswa jarang diberi arahan mengenai bagaimana dan apa fungsi dari unsur-unsur tata bahasa yang mereka pelajari tersebut. Berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tes pada para siswa, terlihat bahwa rata-rata siswa menguasai pola-pola tata bahasa Inggris (misalnya struktur untuk simple present tense, dan lain-lain) tetapi, siswa tidak mengetahui kapan struktur tersebut harus digunakan dan bagaimana pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari-hari. Ini merupakan hal yang sangat luar biasa karena bahasa Inggris, sama halnya seperti bahasa Indonesia, akan lebih bermanfaat jika dapat digunakan dan diaplikasikan meskipun secara tata bahasa siswa tidak terlalu menguasainya. Bukan berarti bahwa pembelajaran tata bahasa ini tidak penting, tetapi perlu sekali teori-teori tersebut dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari.
3. Kosakata yang diajarkan tidak terlalu berguna dalam percakapan sehari-hari. Banyak siswa yang mengeluhkan bahwa kata-kata yang diberikan oleh guru Bahasa Inggris di sekolah terlalu bersifat teknis, misalnya mengenai industrialisasi, reboisasi, dan lain-lain, sementara siswa tetap saja mengalami kesulitan untuk mengartikan kata-kata yang banyak digunakan pada film, majalah, dan situs-situs internet berbahasa Inggris. Bahkan kadang-kadang, siswa sangat hapal istilah-istilah

bahasa Inggris untuk bidang politik (seperti misalnya reformation, globalization, dan lain-lain) tetapi tidak dapat menyebutkan benda-benda yang biasa mereka pakai sehari-hari dalam bahasa Inggris (misalnya celengan, selokan, dan lain-lain). Beberapa kalangan siswa bahkan mengatakan bahwa dengan kosakata seperti yang dipelajari di sekolah tidak mungkin siswa dapat memulai percakapan dengan orang asing dengan menggunakan Bahasa Inggris. Mungkin ada benarnya juga, tidak mungkin tentunya kita tiba-tiba mengajak orang yang baru kita kenal untuk mendiskusikan industrialisasi, misalnya.

4. Materi pelajaran Bahasa Inggris di SMP dan SMU tidak berkesinambungan. Para siswa menyatakan bahwa sering terjadi pengulangan materi (seperti misalnya tenses) yang telah diajarkan di SMP di tingkatan SMU, tetapi tetap saja fungsi dan pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari-hari kurang jelas.

Jadi, sebagai seorang guru Bahasa Inggris, apa yang dapat kita lakukan untuk mengatasi masalah-masalah tersebut? Banyak tentunya, karena diakui atau tidak, gurulah yang memegang kendali dalam pengajaran. Yang jelas, kita tidak boleh hanya menyalahkan pihak pemerintah (yang membuat kurikulum) saja tetapi akan lebih baik jika kita mengintrospeksi diri sendiri dan lebih menggali lagi potensi kita untuk mencari pendekatan yang lebih berhasil dalam mengajarkan Bahasa Inggris pada siswa di sekolah.

Kesimpulan dan Saran dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa masih banyak kendala yang harus dihadapi dalam upaya meningkatkan mutu hasil pengajaran bahasa Inggris di sekolah. Untuk itu, penulis memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi para sesama pengajar bahasa Inggris di Indonesia.

1. Selalu pertahankan kemampuan kita bercakap-cakap dalam bahasa Inggris agar kelancaran berbahasa tetap terjaga. Hal ini perlu karena dapat memotivasi murid-murid kita untuk dapat berbicara dengan lancar. Mungkin sulit sekali jika kita tidak pernah bertemu dengan orang yang juga dapat berbahasa Inggris. Oleh karena itu, penulis memiliki usul agar para guru bahasa Inggris ini memiliki semacam klub (*conversation club*) untuk ajang bertemu dan bertukar pikiran antar sesama guru Bahasa Inggris di wilayah yang sama. Dengan demikian, keahlian kita dalam menggunakan bahasa Inggris akan selalu tetap terjaga.
2. Selalu menekankan fungsi dan aplikasi dari semua unsur tata bahasa yang kita terangkan kepada siswa. Pastikan bahwa siswa benar-benar mengerti kapan mereka harus menggunakan struktur tersebut.
3. Berikan tambahan kosa kata yang akan bermanfaat untuk percakapan sehari-hari pada siswa dan perkenalkan siswa dengan majalah-majalah remaja berbahasa Inggris agar mereka menjadi gemar membaca dan memperoleh banyak tambahan kosakata dari majalah tersebut. Dengan demikian, siswa akan percaya diri jika harus bergaul dengan remaja asing yang berbahasa Inggris.
4. Meskipun kita tidak memiliki kekuasaan untuk mengubah kurikulum, setidaknya pastikan bahwa pengulangan materi yang kita berikan merupakan pendalaman mengenai apa yang sudah dipelajari siswa dan bukan hanya mengulang tetapi tidak membuat siswa semakin bisa menerapkannya.

Menurut (Laborda, 2007) seharusnya pengajaran bahasa Inggris juga memperhatikan penggunaan teknologi dalam proses belajar dan mengajar seperti penggunaan komputer. Komputer dan pengajaran bahasa saling seiring sejalan

dalam proses belajar mengajar. Komputer sebagai alat dalam kelas bahasa kedua. Komputer dan teknologi merupakan sumber bagi pengajar-pengajar di seluruh dunia yang sebagai sarana untuk mengoperasikan internet yang didalamnya bisa dibuat *blog*, *websites*, *wikis*, metologi pengajaran bahasa, jurnal, dan lain sebagainya. Dari disini dapat dibuktikan bahwa adanya efek positif dalam pengintegrasian komputer dalam pengajaran bahasa. Banyak dari pengajar tertantang untuk mempelajari komputer untuk dimanfaatkan dalam proses belajar dan mengajar. Kegunaan komputer tidak hanya sebagai mengetik untuk sebuah tulisan, mengirim pesan, membrowsing internet, akan tetapi komputer bisa digunakan sebagai alat mengajar sehingga bisa memotivasi dan menginstruksikan pengajar untuk mengintegrasikan komputer dan ICT pada kelas-kelas mereka.

Teknologi dalam suatu kelas pembelajaran sangat penting berhubungan dengan ICT dalam kurikulum bahasa, tetapi dalam kenyataannya banyak pengajar yg enggan menggunakan komputer. Penggunaan komputer dalam pengajaran akan menghasilkan teks dan gambar. Komputer juga dapat digunakan untuk perancangan, pengoperasian dan pemanfaatan website sehingga digunakan untuk membuat dan mencari informasi yang dibutuhkan. *Internet based projek work* mengacu pada *task based learning* dan *cooperative language learning*. Hal ini juga berhubungan dengan *wikis*, *blog*, dan *podcast*, *online reference tools*, dan *e-learning*.

Kesimpulan

Pembelajaran inovatif mampu menggali dan mengembangkan potensi diri yang memperhatikan visi dan pemanfaatan media. Selain itu juga menurut Pitrik (2002) pemilihan strategi dalam proses belajar dan mengajar sangat diperlukan karena

sehingga bisa efektif. Sehingga penggunaan media sebagai pilihan untuk melakukannya merupakan salah satu pilihan. Karena media bisa mengkonstruksi pengetahuan siswa secara on-line. Media sebagai alat supaya siswa dapat berkomunikasi secara fokus. Selain itu penggabungan media teknologi komunikasi dan informasi dengan pembelajaran sosial dan personal sangat dibutuhkan dalam kegiatan proses belajar dan mengajar. Pembelajaran inovatif dengan menggunakan strategi pembelajaran serta pemanfaatan media sangat penting untuk menciptakan pembelajaran bahasa Inggris yang efektif.

Saran

Berdasarkan hasil artikel yang dipaparkan pada kesimpulan, berikut ini diajukan beberapa saran:

- a. Artikel ini dapat digunakan oleh dosen bahasa Inggris untuk mengadakan inovasi pembelajaran dan penelitian lainnya.
 - b. Seluruh lembaga pendidikan dapat mengadakan inovasi dan perbaikan pembelajaran bahasa Inggris dengan menyediakan fasilitas pembelajaran
2. Saran-saran untuk penelitian lanjutan
- a. Dosen dapat memilih metode pembelajaran yang inovasi, yang dapat meningkatkan hasil belajar baik dengan pengembangan bahan ajar ataupun penggunaan strategi pembelajaran. Dan disarankan pula untuk diadakan pengembangan bahan ajar dan penelitian lanjutan dengan cakupan materi yang lebih luas dan metode pembelajaran yang lebih banyak serta menggunakan variabel-variabel lainnya
 - b. Perlu menguji keefektifan pembelajaran yang menggunakan inovasi pembelajaran.

Daftar Pustaka

- Birch, Dawn & Volkov Michael. (2007). Assessment of online reflections: engaging English Second language (ESL) students. *Australian Journal of educational Technology*, 23 (3), 291-306.
- Franzoni, A. L., & Assar, S. (2009). Student Learning Styles Adaptation Method Based on Teaching Strategies and Electronic Media. *Educational Technology & Society*, 12 (4), 15-29
- Pitrik, Renate M. & Holzinger, A. (2002). Student-Centred Teaching Meets New Media: Concept and Case Study. *Educational Technology & Society* 5 (4). 2002. ISSN 1436-4522
- Zheng R. & Zhou, B. (2006). Recency Effect on Problem Solving in Interactive Multimedia Learning. *Educational Technology & Society*, 12 (4), 107-118

* * *

ATURAN TATA TULIS ARTIKEL

Jurnal Linguistik Terapan

Syarat dan Ruang Lingkup

Artikel yang diusulkan untuk diterbitkan di Jurnal Linguistik Terapan (JLT) belum pernah dipublikasikan secara tertulis pada jurnal atau majalah ilmiah mana pun. JLT menerima artikel tentang pengajaran bahasa, pembelajaran bahasa, pemerolehan bahasa, sosiolinguistik, psikolinguistik, penerjemahan, analisis wacana, pragmatik, bilingualisme, linguistik kontrastif, multilingualisme, komunikasi multilingual, leksikografi, linguistik komputasional, komunikasi berbantuan komputer, linguistik forensik, dan lain-lain, serta dan tinjauan buku dalam bidang-bidang tersebut.

Bahasa

Naskah yang dimuat dalam jurnal ilmiah ini menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baik dan benar. Penggunaan istilah-istilah mengacu pada kaidah yang benar.

Pengetikan Naskah

Naskah diketik menggunakan perangkat lunak pengolah kata Microsoft Word dengan ukuran kertas A4 dengan jarak 1,5 spasi dengan huruf Times New Roman ukuran 12. Tata letak halaman tegak (portrait) dengan jarak sembir (margin) kiri 3,5 cm; kanan, atas dan bawah 2,5 cm. Panjang naskah antara 15-20 halaman termasuk gambar dan tabel. Naskah dan CV penulis dikirim ke Redaksi dalam bentuk softcopy pada sebuah CD (compact disk) atau dikirim via email.

Isi Naskah dan Sistematika Penyajian

- (1) Artikel ditulis dengan gaya esai, menggunakan sub-judul untuk masing-masing bagian, kecuali bagian latar belakang atau pendahuluan.
- (2) Artikel hasil penelitian meliputi: (a) Judul; (b) Nama lengkap penulis (tanpa gelar) dan lembaga atau afiliasinya; (c) Abstrak; (d) Kata kunci; (e) Pendahuluan (tanpa judul, termasuk tujuan penelitian) (f) kajian kepustakaan; (f) metode penelitian, (g) Temuan; (h) pembahasan, (i) Kesimpulan dan Saran; (j) Referensi; dan (k) Lampiran, jika ada.
- (3) Artikel bukan hasil penelitian meliputi: (a) Judul; (b) Nama lengkap penulis (tanpa gelar) dan lembaga atau afiliasinya; (c) Abstrak; (d) Kata kunci; (e) Pendahuluan (tanpa judul); (f) Isi Bahasan; (g) Referensi.
- (4) Referensi disajikan secara alfabetis dan kronologis, dengan urutan Nama, tahun, judul buku, kota penerbit, nama penerbit (Judul dicetak miring).

Judul dan Nama Pengarang

Judul harus berupa ungkapan dalam bentuk kalimat pendek yang mencerminkan isi penelitian atau artikel konseptual/kajian. Jika penulis lebih dari seorang, hendaknya diurutkan dimulai dengan penulis utama/sesuai dengan kode etik penulisan.

Tabel dan Gambar

Tabel dan gambar diberi judul singkat dan jelas. Setiap tabel dan gambar diberi nomor urut (1,2,3,...dst). Nomor dan judul tabel berada di atas, sedangkan untuk gambar berada di bawah. Bila gambar berupa foto, maka kualitas foto harus baik. Agar memudahkan proses editing, dianjurkan gambar di"group".

Daftar Rujukan

Daftar Rujukan yang ditampilkan hanya yang dikutip saja. Penulisan daftar rujukan disusun menurut abjad nama penulis. Urutan penulisan sebagai berikut; Nama belakang, nama depan, Tahun, Judul (dicetak miring), Edisi, Kota: Penerbit.

Alamat Redaksi

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: UPT BAHASA, Politeknik Negeri Malang, Gedung AF Lantai 3, Jl. Soekarno-Hatta 09 PO Box 04 Malang 65141 Telp. (0341) 404424-25 ext. 1412; Fax (0341) 404420; dan e-mail: kunmustain@ymail.com.

Volume 5, Nomor 1, Mei 2015



Alamat Redaksi:
UPT Bahasa,
Politeknik Negeri Malang
Jl. Soekarno Hatta No. 9 PO Box 04
Malang 65145
Telp. (0341) 404424, 404425 Ext. 1412
Fax. (0341) 404420
e-mail: kunmustain@ymail.com.
ISSN: 2088-2025

