



NOTULA
SEMINAR INTERNASIONAL KEBAHASAAN
PUSAT PENGEMBANGAN STRATEGI DAN
DIPLOMASI KEBAHASAAN

PPSDK

Hari, Tanggal : Rabu, 10 Juli 2019
Waktu : 11.10—11.30
Tempat : Ruang Kelas Cikini 1, Hotel Mercure Jakarta

Peserta : Daftar terlampir
Narasumber : Dr. Sugeng Hariyanto, S.Pd., M.Pd.
Moderator : Chusna Amalia

Judul : Adaptasi dalam Penerjemahan Situs Web Pemasaran

Mengetahui,

Dr. Joni Endardi, M. Hum.
Kepala Bidang Pengembangan Strategi
Kebahasaan

Notulis

Vianinda Pratamasari, S.S., M.Hum.

Pembukaan

Moderator membuka dengan memperkenalkan pemakalah dan judul makalah yang akan dipaparkan dan didiskusikan selama 20 menit .

Isi

Adaptasi dalam Penerjemahan Situs Web Pemasaran oleh Dr. Sugeng Hariyanto, S.Pd., M.Pd.

Penerjemahan situs web pemasaran dikategorikan sebagai pelokalan dengan melakukan penerjemahan dan adaptasi. Adaptasi yang dilakukan terdiri dari: adaptasi desain/ visual, adaptasi budaya, dan adaptasi linguistik.

Penelitian ini menduga bahwa terjemahan situs pemasaran juga menggubakan adaptasi desain/ visual, budaya, dan linguistik.

Masalah penelitian: adaptasi jenis apa saja yang digunakan dalam penerjemahan sebuah situs web pemasaran mobil mewah di Indonesia?

Jenis penelitian: kualitatif

Data penelitian: kalimat-kalimat sumber dan kalimat sasaran yang dikumpulkan dari sumber data yaitu situs web pemasaran sebuah pabrikan mobil mewah dalam bahasa Inggris (naskah sumber) dan situs web berbahasa Indonesia (naskah sasaran).

Prosedur pengumpulan data: penyalinan kalimat-kalimat sumber dan terjemahannya ke dalam sebuah tabel tiga-kolom untuk memudahkan perbandingan.

Analisis data: Analisis adaptasi desain dilakukan dengan membandingkan tata letak dan warna dominan. Analisis adaptasi linguistik dilakukan dengan membandingkan kalimat-kalimat sumber dan kalimat sasaran. Analisis adaptasi budaya dilakukan dengan membandingkan gambar dan video (induk – lokal), atau ungkapan yang terkait budaya yang ada di dalam kalimat sumber dan kalimat sasaran (induk – local - lokal).

Hasil Penelitian:

1. Desain Visual: Video yang dimainkan di Arab

Tidak ada adaptasi visual. Calon pembeli secara budaya seragam. Namun dari segi desain, letak tulisan di halaman utama situs Arab berada di sebelah kanan, sedangkan pada situs Malaysia terletak di sebelah kiri. Oleh sebab itu, terdapat adaptasi dari segi desain.

2. Adaptasi Linguistik:

- Adaptasi semantik: dilakukan dalam rangka menjelaskan makna kata/ frasa.
- Adaptasi pragmatik: pengubahan: ditempuh untuk menjelaskan pesan dalam kalimat.
- Adaptasi ekspresif: Pengubahan dari versi terjemahan harfiah untuk menjaga keindahan ekspresi kalimat sehingga mampu menyentuh emosi.

Kesimpulan:

Adaptasi yang ditemukan adalah adaptasi linguistik, yang terdiri dari adaptasi pragmatik, adaptasi semantik, adaptasi ekspresif. Jenis yang terbanyak ditemukan adalah adaptasi ekspresif. Adaptasi ini dilakukan untuk menjaga keindahan ekspresi dari teks Bahasa sumber. Tujuan dekatnya adalah menjaga tingkat keindahannya. Tujuan utamanya adalah mengundang pembaca untuk membeli mobil yang diiklankan.

Penutup:

Pemaparan dan pertanyaan berlangsung selama 20 menit. Pemateri menyampaikan ucapan terimakasih kepada audien atas masukan penting bagi makalahnya. Kemudian moderator menutup acara dengan salam.