

Penggunaan Strategi Penerjemahan Kosakata Budaya Jawa Tengah Berbahasa Indonesia ke dalam Bahasa Jepang dalam Media Informasi Pariwisata

Sri Muryati ¹⁾, Bekti Setio Astuti ²⁾

Fakultas Bahasa dan Budaya UNTAG Semarang

srisensei75@gmail.com ¹⁾

astutitaswin@gmail.com ²⁾

ABSTRACT

This research is a study on cultural word translation strategies from Indonesian into Japanese. The purposes of the study are: firstly, identifying cultural words that do not have any equivalence between the source language (TSu) secondly, investigating the translation strategies used for those words with no equivalence; and thirdly, finding out the meaning shift occurring in the process of translation. The research employs a descriptive qualitative method. The strategies used by the translator include: 1) translation using more general terms, 2) translation using loan words or loan words with explanation, 3) translation using paraphrase. Two meaning shifts are found: 1) shift from generic to more specific or vice versa, and 2) shift because of different cultural point of view.

Key words: cultural words, translation strategies, meaning shift

1. Pendahuluan

Bahasa dan budaya memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan karena bahasa mempunyai fungsi dalam kebudayaan yaitu sebagai salah satu sarana untuk mengembangkan kebudayaan, sebagai jalur penerus kebudayaan, dan inventaris ciri-ciri kebudayaan (Nababan, 1991). Selaras dengan hal itu, untuk pengembangan kebudayaan suatu negara, diperlukan penerjemahan bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran, dengan tujuan agar pembaca bahasa sasaran memahami kebudayaan yang dimiliki oleh penutur bahasa sumber. Hal itu menimbulkan terjadinya proses pengalihan informasi dan komunikasi. Proses membangun jembatan komunikasi inilah yang disebut dengan penerjemahan.

Pengalihan informasi dalam proses penerjemahan selalu ditandai oleh perbedaan budaya bahasa sumber dan bahasa sasaran. Perbedaan ini secara langsung akan menempatkan penerjemah pada posisi yang dilematis. Di satu sisi, penerjemah harus mengalihkan pesan teks bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran secara akurat. Di sisi lain, dan dalam banyak kasus penerjemah harus menemukan padanan yang tidak mungkin ada dalam bahasa sasaran, apalagi jika hasil terjemahan tersebut harus ringkas, menarik dan informative.

Salah satu contohnya adalah media informasi pariwisata yang diterbitkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. Dalam media informasi yang berbentuk brosur, booklet, poster dan lain lain, sebagian besar tersaji dalam bentuk bilingual, yaitu Indonesia dan Inggris. Selain itu, beberapa juga menggunakan bahasa Belanda dan bahasa Jepang. Pada media tersebut, banyak sekali ditemukan kosakata budaya atau “cultural words” yang harus diterjemahkan ke dalam bahasa sasaran.

Penerjemahan “cultural words” merupakan salah satu masalah tersendiri untuk penerjemah. Hal itu dikarenakan

penerjemah harus menemukan padanan leksikal untuk objek atau kejadian yang tidak dikenal (asing) dalam budaya bahasa sasaran karena adanya perbedaan cara pandang, adat istiadat, geografi, kepercayaan, dan berbagai faktor lain lainnya. Untuk mengatasi permasalahan terjemahan tersebut, seorang penerjemah harus dapat mencari strategi yang tepat untuk mengatasi masalah ketidaksepadanan dalam penerjemahan.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang relevan diantaranya adalah; 1) Penerjemahan Istilah Budaya Spesifik dalam Subtitling Film *Memoirs of a Geisha* (MOG) oleh I Made Suta Paramarta (<http://sastra.um.ac.id/wp-content/uploads/2010/01/062-I.M.S.-Paramarta-UnDikSha-Penerjemahan-Istilah-Budaya-Spesifik.pdf>), 2) Cultural equivalence: its effectiveness and complications --Has “white gloves” achieved the equivalent effect of “shiro tabi”? oleh Yumi Higashino (*Interpretation Studies*, No. 1, December 2001, pages 53-63. (c) 2001 by the Japan Association for Interpretation Studies), dan 3) Strategi Penerjemahan Untuk Konsep Yang Tidak Dikenal Dalam Bahasa Penerima (Sebuah Kajian tentang Strategi Penerjemahan Konsep yang tidak dikenal dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris) oleh Dr. Mashadi Said, M.Pd., dkk. Magister Sastra Program Pasca Sarjana Universitas Gunadarma.

Pembahasan pada ke tiga penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, tetapi memiliki perbedaan yang signifikan jika dilihat dari bahasa sumber dan bahasa sasaran yang dipilih. Berdasarkan latar belakang tersebut, paper ini akan mengidentifikasi kosakata budaya, mendeskripsikan strategi penerjemahan yang digunakan dalam menerjemahkan kosakata budaya dari bahasa sumber (Bahasa Indonesia dan Jawa) ke dalam bahasa Jepang, dan menemukan pergeseran yang terjadi pada

terjemahan kosakata budaya tersebut pada media informasi pariwisata berbahasa Jepang Provinsi Jawa Tengah.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengertian dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi penerjemahan yang digunakan penerjemah dalam menerjemahkan kosakata budaya atau “Cultural Words” dan membantu memberikan tambahan referensi bagi para peneliti lain di bidang penerjemahan khususnya yang ingin melakukan penelitian teks terjemahan bahasa Indonesia ke dalam bahasa Jepang yang ditinjau dari aspek kesepadanan makna

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Data maupun hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah data verbal yang berupa kata atau frasa yang mengandung unsur budaya dalam bahasa sumber (BSu) yaitu bahasa Indonesia maupun terjemahannya dalam bahasa sasaran (BSa) bahasa Jepang dari brosur dan booklet pariwisata yang tersedia di tempat wisata di kota Semarang dan Solo, yang diambil secara acak.. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi dan komparatif yaitu mengamati dan membandingkan kosakata budaya teks sumber dengan teks sasaran (hasil terjemahan). Kemudian hasil perbandingan tersebut dianalisis. Selanjutnya dari analisis tersebut diharapkan dapat diidentifikasi strategi pepadanan yang digunakan oleh penerjemah dan pergeseran yang terjadi dalam menerjemahkan kosakata budaya tersebut.

Analisis data dilakukan setelah data yang terjaring diklasifikasikan. Analisis data adalah merupakan upaya sang peneliti menangani langsung masalah yang terkandung dalam data. Komponen utama dalam analisis data dalam penelitian ini adalah 1) reduksi data, 2) sajian data, 3)

penarikan simpulan atau verifikasi (Miles & Huberman, dalam Sutopo, 2006:88). Model analisis data ini disebut dengan model analisis interaktif (*interactive model of analysis*). Cara kerja dari model analisis interaktif berbentuk interaksi antar komponendengan proses pengumpulan data sebagai proses yang berbentuk siklus.

3. Landasan Teori

Untuk mengkategorisasi kosakata budaya digunakan teori Newmark (1988:95-102) yang membagi aspek-aspek budaya tersebut ke dalam kategori dan sub-kategori berikut: a) Ekologi (ecology) seperti tumbuhan, hewan, lingkungan dan karakter geografis lainnya, b) Kebudayaan material (Artefacts) seperti makanan, pakaian, rumah, peralatan dan transportasi, c) Kebudayaan sosial (Social culture) seperti pekerjaan, sapaan dan hiburan, d) Organisasi (organization) meliputi politik dan administratif (political and administrative), agama (religious dan artistik (artistic), e) Gerak-gerak tubuh dan kebiasaan (gestures and habits).

Selanjutnya untuk menemukan strategi penerjemahan digunakan teori yang dikemukakan oleh Baker(1992: 26) yang menyatakan beberapa strategi penerjemahan yang dapat digunakan oleh penerjemah, yaitu: 1) strategi penerjemahan dengan menggunakan kata yang lebih umum, 2) strategi penerjemahan dengan menggunakan kata yang lebih netral, 3) strategi penerjemahan dengan menggunakan pengganti kebudayaan, 4) strategi penerjemahan dengan menggunakan kata serapan atau kata serapan yang disertai dengan penjelasan, 5) strategi penerjemahan dengan parafrasa, 6) strategi penerjemahan dengan penghilangan, dan 7) strategi penerjemahan dengan ilustrasi.

Kemudian untuk pergeseran makna menggunakan teori Simatupang (2000:74-82) yang menyebutkan adanya pergeseran

dalam tataran sintaksis dan semantik. Pergeseran makna pada tataran semantik, meliputi: 1) pergeseran makna generik ke makna spesifik maupun sebaliknya, dan 2) pergeseran makna karena perbedaan sudut pandang budaya.

Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara formal dan secara informal. Penyajian secara formal adalah penyajian hasil analisis data dengan menggunakan kaidah kebahasaan. Pada penelitian ini hasil analisis data disajikan secara informal karena analisis dilakukan secara kualitatif dengan uraian penjelasan kata-kata yang mudah dipahami.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa tidak terdapat booklet atau brosur resmi yang diterbitkan oleh Pemda setempat yang menggunakan bahasa Jepang, tetapi diterbitkan oleh pihak swasta dan diunggah di dunia maya serta di letakkan di beberapa hotel dengan jumlah yang masih sangat sedikit. Dari sumber data tersebut di peroleh hasil sebagai berikut.

4.1 Kategori Kosakata Budaya

Setelah data dikumpulkan dengan beberapa langkah yang didasarkan atas landasan teori yang ada, diidentifikasi 25 kosakata budaya terdapat di brosur wilayah kota Semarang, yang terdiri atas budaya material, dengan perincian 14 nama makanan dan minuman dan 11 nama bangunan dan tempat, yaitu: Lunpia: ルンピア [runpia], Mie Tite : チテー麺 [chitemen], Sam Po Kong : サンポーコン [sanpo-kon], Tugu Muda : 若い記念碑 [wakai nenhi], Gereja Blenduk : ドーム教会 [do-mu kyokai], Masjid Agung : 大モスク [daimosuku], Vihara [watugonshudoin], Simpang Lima : 五つの交差点 [itsutsu no kosaten], Kota Lama : 古い町 [furu machi], Museum Ronggowarsito : ロンゴワルシトー博物館

[ronggowarushito-hakubutsukan], Gua Kreo : クレオー洞窟 [kureo-dokutsu], Stasiun Tawang : タワン駅 [tawan-eki], Candi Gedongsongo : 九つの寺 [kokonotsu no tera], Swieke : スウイケ [suwike], Tahu Gimbal : 縮れた豆腐 [chigirareta tofu], Tahu Pong : ポン豆腐 [pon-tofu], Pisang Plenet : 縮れたバナナ [chigirareta banana], Bandeng Presto : サバヒープレスト [sabahi-puresuto], Mie Kopyok : 振盪麺 [shintomen], Nasi Ayam : チキンライス [chikinraisu], Wedang Ronde : ウェダンロンデ [wedan-ronde], Wingko Babat : ウィンコーババト [winko-babato], Es Congklik : チョンクリックアイス [Congkurikku-aisu], Nasi Gandul : ガンヅルーライス [gantsuru-raisu], Ayam Gepuk : ゲプックーチキン [geppuku-chikin].

Sedangkan untuk wilayah Solo, didapatkan 32 data dengan kategori 29 budaya material (20 bidang makanan dan minuman, 6 kata di bidang bangunan dan 3 bidang transportasi) dan 3 kosakata di budaya sosial. Ke 3 data tersebut adalah sebagai berikut; Keraton Solo : ソロー宮殿 [soro-kyuden], Pasar Klewer : クレウエル市場 [kureweru-ichiba], Museum Batik Danar Hadi : バチックダナルハチ博物館 [bachikku-danaru-haji hakubutsukan], Kampung Batik Laweyan : ラウエヤンバチックの村 [raweyan-bachikku no mura], Taman Sriwedari : スリウエダリー公園 [suriwedari-koen], Nasi Liwet : リウエットライス [riwettoraisu], Timlo Solo : チムローソロ [timuro-soro], Tengkleng : テンクレング [tenkurenggu], Pecel Ndeso : 村のペチエル [mura no pecheru], Selat Segar : 新鮮な海峡 [shinsen na kaikyo], Soto Gading : アイボリーソト [aibori-soto], Sate Kere : 貧しい焼き鳥 [mazushii yakitori], Cabuk Rambak : チャブックランバック [chabukku-ranbakku], Bakmi Toprak : トプ

ラックー麵 [Topurakku-men], Serabi Solo : スラビーソロ [surabi-soro], Intip : インチップ [inchippu], Dawet Ayu : 美しいダウエット [utsukushii dawetto], Gempol Pleret : ゲンポループレット [genporu-pureretto], Wedang Dongo : ウェダンードンツゴ [wedan-donggo], Tahok : タホック [tahokku], Bakpia : バックピア [bakkupia], Sambel Tumpang : 積み重ね唐辛子 [tsumikasane togarashi], Tahu Kupat : クパットー豆腐 [kupatto-tofu], Sambel Teplok : テプロック唐辛子 [tepurokku togarashi], Brambang Asem : 酸っぱいなタマネギ [suppai na tamanegi], pasar malam ^{よるし} 夜市 (yorushi), sintren ^{まじゅつがよう} 魔術舞踊 (majutsu buyou), kuda lumping ^{かわうまひょういぶよう} 草馬憑依舞踊 (kawauma hyouibuyou) dan becak ^{ベチャ} 輪タク (wataku / becha), cikar ^{ばしや} 荷車 nisha dan dokar 馬車 basha.

Dari 25 kosakata budaya yang didapat di wilayah Semarang, semuanya masuk dalam kategori kosakata budaya material, yaitu makanan dan minuman serta bangunan atau nama tempat. Kemudian untuk wilayah Solo dari 32 kosakata dikategorikan dalam budaya material dan budaya sosial. Kategori budaya material dan sosial ini muncul hampir 100 % karena diperkirakan, di media informasi pariwisata tempat, makanan dan minuman di sebuah wilayah adalah sesuatu yang khas dan menjadi ciri di suatu wilayah atau negara.

4.2 Strategi Penerjemahan

Terdapat 3 strategi penerjemahan yang ditemukan, yaitu

1. Pola khusus-umum atau sebaliknya

Dalam menangani kosakata budaya yang nirpadan dalam bahasa sasaran, penerjemah menggunakan pola khusus-umum atau sebaliknya terhadap 8 kosakata. Contohnya adalah kosakata budaya **pasar**

malam diterjemahkan dalam bahasa Jepang dengan **yorushi**. **Pasar malam** yang dimaksudkan pada konteks dalam teks sumber adalah pasar yang khusus buka malam hari untuk meramaikan perayaan-perayaan tertentu. Selain menjual beberapa jenis barang, di pasar ini juga menyajikan arena permainan dan pertunjukan seperti sintren, kuda lumping dan permainan tradisional lainnya. **Yorushi** adalah pasar biasa yang buka di malam hari. Makna **pasar malam** sangat berbeda dengan **yorushi** dikarenakan konsep pasar malam seperti yang ada di Indonesia tidak ditemukan di Jepang, sehingga penerjemah menggunakan kosakata yang lebih umum.

Contoh lain adalah Kosakata **alun-alun** diterjemahkan dengan **hiroba**. Terjemahan **hiroba** merupakan kosakata yang lebih umum (superordinat) dari alun-alun. **Hiroba** dalam bahasa Jepang mencakup makna yang lebih umum seperti terlihat dari analisis komponen maknanya di atas. **Alun-alun** mengandung makna lapangan luas yang berada didekat pusat pemerintahan seperti kantor bupati dan lain-lain serta dekat dengan masjid. Sedangkan **hiroba** mencakup lapangan luas secara umum, baik di dekat pusat pemerintahan dan ibadah maupun tidak.

2. Menggunakan Kata Serapan

Dalam bahasa Jepang, kata serapan atau kata pinjaman ditunjukkan dengan transliterasi atau transvokalisasi berdasarkan aturan-aturan yang ada dalam bahasa Jepang. Kata serapan ini disebut dengan *gairaigo* 外来語 (bahasa asing) dan biasanya ditulis dengan huruf Katakana. Penerjemah menggunakan strategi ini dengan dua cara, yaitu: (1) dengan modifikasi dan (2) tanpa modifikasi.

Contoh menggunakan kata serapan tanpa modifikasi adalah Wingko Babat ウィンコーババト [winko-babato]. Kata **wingko**

babad diserap apa adanya dengan menggunakan katakana menjadi wingko babato. Babad, di terjemahkan dengan **babato** karena konsep penulisan gairaigo adalah berdasarkan pada bunyinya dan konsonan pada huruf Jepang selalu diikuti oleh vokal (KV). Sedangkan **becak** diserap ke dalam bahasa Jepang sebagai bahasa sasaran dengan modifikasi, yaitu kata **bechaku** dalam huruf katakana dan diberi tambahan penjelasan kata **wataku** (kendaraan beroda) dalam huruf kanji.

3. Parafrasa

Contoh kosakata yang menggunakan strategi ini adalah kata **Sintren** sebagai kesenian tradisional Indonesia tidak ditemukan padanannya dalam kebudayaan Jepang. Oleh karena itu, penerjemah menggunakan parafrasa untuk memadankan kata tersebut. Parafrasa dari **sintren** adalah **majutsu buyou**, yaitu tarian yang menggunakan ilmu sihir.

4.3 Pergeseran Makna

Menurut Simatupang (2000) dalam proses menerjemahkan bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran, paling sedikit ada dua hal yang terjadi yaitu pergeseran struktur dan pergeseran makna. Struktur pola dasar bahasa Indonesia diterangkan-menerangkan (DM) bergeser menjadi menerangkan-diterangkan dalam bahasa Jepang. Contoh, Dawet Ayu diterjemahkan menjadi 美しいダウエット [*utsukushii dawetto*] yaitu ayu dawet.

Pergeseran di bidang semantik disebabkan karena perbedaan sudut pandang dan budaya penutur yang berbeda-beda. Pergeseran di bidang makna ini pun mengakibatkan bahwa tidaklah selalu mungkin memindahkan makna bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran secara utuh. Contoh, *pasar malam*. Dalam kebudayaan penutur bahasa sumber jaman dahulu, orang Indonesia atau khususnya Jawa, sangat menantikan keramaian *pasar malam*. Pasar yang diadakan hanya untuk menyambut hari-hari khusus, dilengkapi dengan permainan dan pertunjukan kesenian. Konsep budaya seperti itu tidak dikenal dalam budaya

Jepang. Orang Jepang memaknai *pasar malam* dengan pasar yang buka di malam hari, sedangkan untuk perayaan-perayaan hari istimewa mereka memiliki *matsuri*, yang sangat berbeda konsep dengan pasar malam.

5. Simpulan

Penanganan kosakata budaya yang tidak memiliki padanan dalam bahasa sasaran yaitu dari bahasa Indonesia ke bahasa Jepang, penerjemah menggunakan strategi a) padanan dengan parafrasa, b) padanan dengan kata-kata serapan, c) padanan pola khusus – umum atau sebaliknya.

Pemilihan strategi dalam melakukan penerjemahan untuk menemukan padanan kata yang tepat dalam mengungkapkan kosakata budaya yang tidak ada dalam bahasa sasaran, penerjemah tidak terlepas dari konteks. Konteks merupakan pertimbangan utama dalam memilih strategi yang tepat. Namun, kemungkinan pergeseran makna dapat saja terjadi akibat dari perbedaan sudut pandang dan budaya penutur bahasa yang berbeda, tetapi tujuan utama penerjemah adalah bagaimana makna dalam bahasa sumber dapat disampaikan kepada pembaca bahasa sasaran tanpa mengesampingkan prinsip kejelasan dan kewajaran.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Baker, Mona. 1992. *In Other Words*. New York: Routledge.
- Higashino Yumi, 2001. *Cultural equivalence: its effectiveness and complications -- Has "white gloves" achieved the equivalent effect of "shiro tabi"?* Tokyo: the Japan Association for Interpretation Studies.
- Hoed, Benny H. 2006. *Penerjemahan dan Kebudayaan*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Machida Ken, Momiya Yosuke, 1997. *Yoku Wakaru Gengaku Nyumon*, Tokyo: Babel Press.

- Mulyana, Deddy, dan Jalaluddin Rakhmat. 2006. *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Newmark, Peter. 1988. *A Textbook of Translation*. Hertfordshire: Prentice Hall Inter-national Ltd.
- Newmark, Peter. 1981. *Approaches to Translation*. England: Pegamon Press.
- Nababan, M.R. 1997. *Aspek Teori Penerjemahan dan Pengalihan*. Surakarta: UNS Press.
- Nobuyuki Honna 1986, *Nihon Bunka o Eigo de Shetsumei*, Tokyo: Yubungaku.
- Paramarta I.M.S, 2010. *Penerjemahan Istilah Budaya Spesifik dalam Subtitling Film Memoirs of a Geisha (MOG)*, <http://sastra.um.ac.id/wp-content/uploads/2010/01/062>.
- Sasaki Mizue, 2006. *View of Today's Japan*. ALC Press Japanese Textbook Series
- Simatupang, M.DS, 1999/2000. *Pengantar Teori Terjemahan*. Jakarta: Dirjen Dikti.
- Sutedi, Dedi, 2008 *Dasar-dasar Linguisistik Bahasa Jepang*, Bandung: Humaniora.
- Sutopo, HB. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.