

# PENERJEMAHAN LABEL PRODUK MAKANAN, OBAT-OBATAN DAN KOSMETIK

**Maulani Pangestu**

Manajemen Informatika

AMIK BSI Jakarta

Jl. RS. Fatmawati No.24, Pondok Labu, Jakarta Selatan

maulani.mpu@bsi.ac.id

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to investigate and to find a crystal clear picture of label products translation especially in foods, drugs and cosmetics. This study is a qualitative study using content analysis techniques. The objects of study are foods, drugs and cosmetics product labels which have Source Language in bahasa Indonesia and translated into English. All products are produced by Indonesia companies and have bilingual product labels. The data of the study which are foods, drugs and cosmetics label products were analyzed with translation theory. Viewed from the aspect of translation equivalence, the formal equivalence dominates than dynamic equivalence. The benefits of this research could be used as additional information and reference for anyone who wants to study translation especially translation of label products foods, drugs and cosmetics.*

**Keywords:** *Cosmetic, Drugs, Food, Label Products, Translation.*

## **I. PENDAHULUAN**

Kesehatan merupakan salah satu hal penting dalam kehidupan manusia selain pendidikan, pekerjaan dll. Kasus daging sapi gila (*mad cow syndromes*), racun pada susu formula dan formalin yang santer menghiasi media massa misalnya membuat para konsumen semakin berhati-hati membeli produk yang mempunyai pengaruh terhadap kesehatan secara langsung. Karena hal diatas itulah maka para badan pengawas makanan di beberapa negara telah mengatur secara ketat peraturan mengenai label produk. Peraturan yang utama adalah mengharuskan suatu produk melampirkan label produk yang memberikan keterangan akurat yang berkaitan dengan produknya dan label tidak boleh berisi informasi salah atau informasi yang rancu karena label produk yang tidak jelas bisa mengakibatkan salah penggunaan, sakit, atau kematian.

Selain itu, penggunaan beberapa versi bahasa pada label produk sangat diperlukan untuk mendapatkan perhatian para konsumen sehingga para konsumen mengerti label produk dalam bahasa mereka. Karena sering kali, beberapa konsumen tidak mengerti informasi pada label produk dan mereka pun tidak memahami bahasa para produsen produknya. Dengan kata lain,

label produk harus diterjemahkan. Penerjemahan sangat diperlukan konsumen yang tidak memahami bahasa produsen produknya.

Mempertimbangkan pentingnya label produk dan penerjemahan maka informasi yang ada pada label bahasa sasaran haruslah sepadan dan sedapat mungkin menghindari penyimpangan makna sehingga para konsumen bisa mendapatkan haknya atas informasi tepat tentang produknya sebelum membeli. Sementara itu, kebanyakan ahli penerjemahan menyatakan bahwa tujuan dari penerjemahan adalah untuk mencari dan mentransfer makna atau pesan dari Bahasa Sumber (Bsu) dengan menggunakan bentuk alami Bahasa Sasaran (Bsa) seperti yang dikemukakan Larson (1998: 6) *...the best translation is the one which (1) uses the normal language of the receptor language, (2) communicates, as much as possible, to the receptor language speakers the same meaning that was understood by the speakers of the source language, and (3) maintains the dynamics of the original source language text.* Bila disimpulkan, bahwa ketika menerjemahkan teks, penerjemah berhadapan dengan dua hal yaitu bentuk dan makna. Untuk melakukan penerjemahan yang efisien, penerjemah

harus menemukan makna Bsu dan menggunakan bentuk Bsa yang menampilkan makna secara alami. Lalu, dalam menemukan makna Bsu, penerjemah harus dapat menentukan makna lalu mentransfer ke makna terdekat yang alami dan sepadan sehingga pembaca Bsa memberikan respon yang sama dengan pembaca Bsu.

Berdasarkan penjelasan diatas maka akan dibahas tentang label produk yang diteliti hanya difokuskan pada produk yang mempengaruhi kesehatan secara langsung dan diproduksi oleh perusahaan Indonesia antara lain: makanan, obat, dan kosmetik. Ketiga produk tersebut pun diawasi oleh BPOM karena pengaruhnya sangat besar terhadap kesehatan.:

1. Bagaimana bentuk kesepadanan yang digunakan dalam penerjemahan label produk?
2. Strategi apa saja yang digunakan dalam penerjemahan label produk sehingga kesepadanan tercapai?
3. Penyimpangan apa saja yang terdapat pada penerjemahan label produk?
4. Faktor apa saja yang menyebabkan penyimpangan dalam penerjemahan label produk?

## II. LANDASAN TEORI

### A. Hakikat Penerjemahan

Lima pengemuka teori penerjemahan yaitu Eugene A. Nida, Charles R. Taber, Mildred L. Larson, Roger T. Bell dan Hoed mengemukakan bahwa inti dari menerjemahkan adalah penggantian sebuah teks dengan yang sama. Pesan harus dialihkan secara sama walaupun bentuk kedua bahasa berbeda.

Nida dan Taber (1982: 12) mengatakan bahwa penerjemahan terdiri dari re produksi ke dalam Bsa sedekat mungkin pesan Bsu, pertama dalam bentuk makna dan kedua dalam bentuk gaya. Pesan dan gaya yang sepadan lebih diutamakan dalam melakukan penerjemahan. Sehingga pembaca Bsa mendapatkan pesan dan gaya yang sama. Dari penjelasan di atas dapat juga ditegaskan bahwa kewajaran Bsa menjadi kunci utama penerjemahan. Untuk bisa mencapai kewajaran pada Bsa maka perlu ditegaskan bahwa penerjemah harus bisa mencari kesepadanan tata bahasa, leksikal atau unsur budaya dalam Bsa. Hal

ini perlu dilakukan karena setiap bahasa mempunyai karakter berbeda.

Sedangkan Larson (1998: 169) mengatakan bahwa penerjemahan terdiri dari leksikal, struktur tata bahasa, situasi komunikasi dan konteks budaya Bsu, menganalisis dengan tujuan menentukan makna lalu mereproduksi makna yang sama menggunakan leksikal dan tata bahasa yang tepat dengan Bsa. Hal ini bisa juga dikatakan bahwa penerjemahan mentransfer makna yang sama dan hasil penerjemahan bisa berubah bentuknya atau tidak sama dengan bentuk Bsu. Seperti contoh di bawah ini:

Tsu : *Is it your book?*

Tsa : Apakah ini bukumu?

Menurut Alwi (2003: 245) dalam bahasa Indonesia, kata ganti kepunyaan berada setelah kata benda sedangkan Azar (1999: 182) menyatakan dalam bahasa Inggris sebaliknya, kata ganti kepunyaan berada sebelum kata benda. Dari contoh tersebut dapat disimpulkan bahwa walaupun bentuk kalimat berubah, namun makna yang ditransfer dengan tepat.

Hal lain yang dibutuhkan penerjemahan adalah kewajaran dan tidak tampak seperti hasil terjemahan. Larson menambahkan bahwa penerjemahan mengkomunikasikan pesan yang sama dengan Bsu namun menggunakan tata bahasa dan leksikal sesuai dengan Bsa yang disebut sebagai *idiomatic translation* seperti yang diungkapkan oleh Larson (1998: 18-19). *Idiomatic translation* terkesan seperti ditulis secara original dalam Bsa.

Lebih lanjut lagi, Bell (1991: 5) mengansumsikan bahwa penerjemahan adalah ungkapan Bsa dengan apa yang telah diungkapkan Bsu atau dia sebut sebagai *semantic* dan *stylistic equivalence*. *Semantic equivalence* atau kesepadanan semantik yang diungkapkan Bell bahwa makna dan pesan yang sama diterima oleh pembaca Bsa. Menurutnya kesepadanan stilistik juga penting sehingga tidak kehilangan karakter Bsu ketika Tsu diterjemahkan ke Tsa.

Lebih lanjut Hoed (2006: 24) menyatakan bahwa penerjemahan adalah pengalihan pesan (*message*) dari Tsu ke Tsa. Sehingga secara ideal Tsa mempunyai pesan yang sama dengan Tsu. Untuk menghasilkan pesan yang sepadan, penerjemah harus

memahami dan menyesuaikan terjemahannya dengan (calon) pembaca atau pendengarnya. Dengan kata lain, penerjemah harus bisa berpikir sebagai pembaca Tsu sehingga bisa menghasilkan terjemahan sepadan yang dimengerti pembaca Tsu.

Sementara Newmark (1988: 17) mengatakan bahwa penerjemah adalah ahli kiat yang harus memahami bahasa asing sehingga dia bisa menentukan sampai tingkatan mana norma kebahasaan bisa diturunkan. Sehingga dia mampu mencapai teknik pengalihan yang lebih halus antara dua dasar proses penerjemahan.

Berdasarkan pemaparan para ahli penerjemahan diatas maka dapat disimpulkan bahwa penerjemah harus dapat menciptakan terjemahan yang tidak hanya dapat menyampaikan makna secara benar namun juga dapat menciptakan efek yang sama dengan yang dihasilkan Tsu. Penerjemah juga diperbolehkan untuk membuat penyesuaian untuk memproduksi terjemahan komunikatif sehingga hasilnya dapat dipahami dan tidak ada kesalahan makna.

#### **B. Kesepadanan dalam Penerjemahan**

Dalam penerjemahan, seorang penerjemah dituntut untuk mendapatkan kata-kata yang sepadanan sehingga terjemahan yang dihasilkan menjadi akurat. Dalam hal kesepadanan dalam penerjemahan, Mona Baker konsep kesepadanan, yaitu (1) kesepadanan di tingkat kata; (2) kesepadanan di atas kata; (3) kesepadanan gramatikal; (4) kesepadanan teks; serta (5) kesepadanan pragmatik.

#### **C. Strategi Penerjemahan**

Dalam menerjemahkan sebuah teks Newmark mengusulkan beberapa jenis strategi penerjemahan, yaitu: (1) *transference*; (2) *naturalisasi*; (3) *cultural equivalent*; (4) *functional equivalent*; (5) *descriptive equivalent*; (6) *synonymy*; (7) *shift* atau transposisi; (8) *modulation*; (9) *compensation*; (10) *componential analysis*; (11) parafrasa. Sebagai tambahan dari jenis strategi penerjemahan, terdapat pula strategi yang dikemukakan oleh Molina dan Albir (2013: 498-512): (1) amplikasi; (2). *calque*; (3) kompensasi; (4). Penggantian; (5) kreasi diskursif; (6) generalisasi; (7) amplikasi linguistik; (8) kompresi linguistik; (9) penerjemahan literal; (10) partikulasi; (11) reduksi; (12) substitusi; (13) variasi.

#### **D. Penyimpangan dalam Penerjemahan**

Menurut Peter Newmark (1991: 11-12), bahwa penyimpangan di dalam penerjemahan dapat terjadi ketika: (1) pergeseran kalimat dalam penerjemahan kerap menimbulkan keganjilan semantik karena adanya penerjemahan leksikal dengan adanya perubahan susunan kata; (2) umumnya ada kata-kata atau frasa atau kalimat yang tidak diterjemahkan; (3) penerjemah menggunakan bahasa individu dibandingkan bahasa sosial yang lazim digunakan di dalam masyarakat; (4) perubahan sudut pandang yang berbeda dengan bahasa sumber; (5) banyaknya kesalahan gramatikal dan leksikal. Sehingga dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa hasil penerjemahan menjadi salah.

#### **E. Label Produk**

Penelitian ini akan menfokuskan pada 3 jenis produk yaitu makanan, obat dan kosmetik. Label produk untuk ketiga barang diatas di Indonesia diatur oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Pada 30 Agustus, 2010 di Antara News (<http://www.antaranews.com/labelproduksi-aturan.htm>) Pemerintah RI menyatakan bahwa mulai 1 September 2010 sesuai dengan ketentuan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Kementerian Perdagangan mewajibkan label pada produk pangan dan nonpangan dicantumkan dalam bahasa Indonesia. Pelaku usaha yang memproduksi atau akan mengimpor maupun barang produsen yang mengeksport barang yang akan diperdagangkan di pasar dalam negeri harus menggunakan label produk dalam bahasa Indonesia. Penerapan aturan yang mewajibkan pencantuman label berbahasa Indonesia pada produk pangan dan nonpangan ditujukan untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak memenuhi standar mutu dan keamanan.

Sementara itu Zulham (2013: 31-37) mengutip Kennedy dalam bukunya mengenai hak-hak para konsumen yang saat ini konsumen telah semakin modern dan berkembang, antara lain: (1) Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*); (2) Hak memilih (*the right to choose*); (3) Hak mendapatkan informasi (*the right to be informed*); (4) Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

#### **F. Jenis Teks Penerjemahan**

Newmark (1988: 39-41) berkata bahwa ada beberapa tipe teks dalam penerjemahan. Ia mengklasifikasikan bahwa tipe teks menjadi 3 tipe yaitu: teks ekspresif atau otoritatif yang meliputi teks kitab suci dan juga teks sastra seperti puisi, drama dan juga novel. Teks informatif yang bertujuan memberikan informasi kepada pembaca sebagaimana artikel ilmiah dan juga surat kabar dan tipe yang terakhir teks vokatif yang bertujuan mempengaruhi pembaca seperti teks pada propaganda, brosur, selebaran dan juga teks iklan.

Kemudian Newmark (<http://resources.transbahasa.com/2013/10/07/newmark>) sebagaimana juga dikutip oleh Sugeng juga menyarankan tiga proposi terkait dengan apakah bentuk linguistik BSu harus dipertahankan pada BSa. Proposisi pertama mengatakan bahwa jika suatu teks mementingkan bentuk linguistiknya, maka terjemahannya harus sedekat mungkin dengan TSu dalam hal bentuk linguistik. Contoh teks seperti ini misalnya karya sastra. Kedua, jika bentuk linguistik bahasa suatu TSu kurang begitu dipentingkan, maka terjemahannya tidak perlu dibuat sedekat mungkin dengan TSunya dalam hal bentuk linguistik. Contoh teks jenis ini adalah artikel di ensiklopedia. Yang terakhir, semakin baik sebuah teks ditulis, semakin dekat bentuk linguistik dalam teks terjemahannya dengan teks BSu, tanpa memandang apakah bentuk linguistik di dalam teks itu dipentingkan atau tidak.

Berdasarkan pemaparan Newmark di atas maka dapat disimpulkan bahwa penerjemahan label produk termasuk ke dalam jenis penerjemahan informatif yaitu terjemahan yang tidak mementingkan TSunya.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih metode analisis isi yang bersifat deskriptif. Adapun tujuan penelitian ini mencakup beberapa hal: (1) mengidentifikasi kesepadanan kata atau kalimat di BSu dan BSa dalam terjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik; (2) mengidentifikasi strategi penerjemahan yang digunakan oleh penerjemah dalam label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik; (3) menemukan penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi dalam proses terjemahan

label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik; (4) mengetahui sebab-sebab terjadinya penyimpangan yang terjadi dalam terjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik.

Penelitian yang bersifat deskriptif ini menganalisis isi data yang ditemukan. Adapun tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah bertempat di Jakarta. Lalu masalah waktu penelitian, peneliti memulai kegiatan penelitiannya dari bulan Agustus 2013 hingga Maret 2014. Dalam penelitian ini, peneliti akan memaparkan strategi-strategi yang digunakan oleh penerjemah dalam proses penerjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik. Dalam penelitian ini, peneliti akan merangkum seluruh data (terjemahan label produk) dan mendeskripsikan setiap unsur yang akan dianalisa. Sehingga penelitian ini merupakan bentuk kajian teks atau analisis isi. Dan dalam penelitian ini menggunakan beberapa sumber kepustakaan dan melalui observasi dan analisis.

Data penelitian ini meliputi kalimat yang diperoleh dari terjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik. Data yang berbentuk kalimat-kalimat dikumpulkan. Kemudian, peneliti mengelompokkan seluruh terjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik.

Dalam pengelompokan data pada penelitian ini, peneliti memasukkan data-data yang diseleksi sesuai jenisnya masing-masing ke dalam table-table. Dalam table itu akan dimasukkan kalimat label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik yang berbahasa Inggris, dan kalimat terjemahan label produk yang berbahasa sumber, bahasa Indonesia.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sub bab ini akan menguraikan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya yang terdapat pada terjemahan label produk sesuai dengan pertanyaan penelitian lewat deskripsi terjemahan label produk bahasa Indonesia ke dalam label produk bahasa Inggris.

#### A. Kesepadanan dalam Penerjemahan Label Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetik

Berdasarkan data kalimat yang diperoleh oleh peneliti, dan berlandaskan konsep kesepadanan yang dikemukakan oleh

Nida dan Taber, maka kesepadanan dibagi menjadi dua yaitu kesepadanan dinamis dan kesepadanan formal yang ditemukan di dalam terjemahan label produk makanan, obat-obatan, dan kosmetik. Berikut adalah contoh pembahasan kesepadanan dinamis.

**TSu:** Menjaga daya tahan tubuh, saat pergantian cuaca, kurang tidur, bekerja keras dan perjalanan jauh.

**TSa:** Keeps up stamina due to bad weather, lack of sleep, hard working and far travelling.

**Pembahasan:** terjemahan di atas dapat dilihat pada label produk obat Sirup Herbal Antangin tepat pada bagian khasiat dan kegunaan. Pada frase “saat pergantian cuaca” tidak diterjemahkan secara formal atau kata per kata. Penerjemah hanya mengambil makna dari frase diatas lalu mengubah ke dalam TSa dengan bentuk yang berbeda yaitu “due to bad weather”. Penerjemah secara pasti menafsirkan bahwa sirup herbal Antangin ini pasti dibutuhkan ketika cuaca sedang buruk atau dalam TSa tertulis “*bad weather*”. Hal ini sangat umum diucapkan oleh masyarakat Indonesia secara tersirat bahwa kondisi badan dapat memburuk ketika cuaca sedang dalam proses pergantian.

Kesepadanan dinamis pada label produk obat-obatan tidak banyak atau hanya 4% dari total keseluruhan data yang diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa kesepadanan dinamis hanya dapat diaplikasikan pada bagian tertentu dan tentunya bukan pada bagian indikasi suatu obat yang hanya terdiri dari kata-kata. Kesepadanan dinamis hanya dapat dilakukan jika TSu berbentuk frase sehingga kesalahan dalam mengalihkan makna dapat terhindari. Kesepadanan dinamis dengan kata lain dapat dikatakan kurang cocok jika dipraktekan pada label produk obat karena faktor kepentingan dari label produk obat itu sendiri. Oleh karenanya peneliti hanya menemukan 4% kesepadanan dinamis pada label produk obat-obatan. Kesepadanan dinamis ini juga digunakan untuk menerjemahkan 12 data label produk obat lain yang termasuk ke dalam kelompok ini.

Sedangkan contoh kesepadanan formal adalah: **TSu:** Indikasi: Membantu meringankan sakit perut, perut kembung, rasa mual, dan gatal-gatal akibat gigitan serangga/nyamuk.

**TSa:** Indication: Help to relieve stomachache, flatulence, nausea and itches by insect/mosquito bites.

**Pembahasan:** terjemahan ini dapat dilihat pada label produk minyak kayu putih cap lang, tepatnya pada bagian indikasi atau acuan untuk menggunakan produk tersebut. Penerjemah menerjemahkan secara sepadan dan tepat untuk tiap-tiap indikasi sakit pada TSu. Arti kata sakit perut, perut kembung, rasa mual dan gatal-gatal akibat gigitan serangga/nyamuk terpindahkan secara tepat TSa yaitu *stomachache, flatulence, nausea* dan *itches by insect/mosquito bites*. Ada empat indikasi masalah kesehatan pada TSu dan pada TSa pun diterjemahkan sama yaitu empat indikasi. Hal ini dapat juga disimpulkan bahwa kata pada bagian indikasi minyak kayu putih cap lang yang diberikan pada TSu bukanlah kata yang khas dan sulit sehingga kata yang bermakna sama pada TSa dapat digunakan. Namun pada terjemahan di atas dapat dilihat adanya kesalahan gramatikal pada TSa yaitu penggunaan kata *by* yang tidak tepat yang seharusnya kata *by* diikuti oleh kata kerja ketiga karena *by* merupakan tata bahasa pasif. Hal ini mungkin disebabkan karena ketidaktahuan penerjemah akan tata bahasa BSa. Terlepas pada kesalahan penggunaan kata ‘*by*’ dapat juga dikatakan secara gamblang bahwa kata tersebut di atas merupakan kesepadanan formal sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Nida dan Taber.

Kesepadanan formal yang dipilih penerjemah sangatlah tepat karena menurut peneliti terjemahan pada bagian indikasi pada label produk obat sangat penting. Jika kesepadanan formal tidak digunakan maka kemungkinan kesalahan makna dapat terjadi dan tentu hal ini sangat berbahaya bagi konsumen. Kesepadanan formal ini juga digunakan untuk menerjemahkan 128 label produk obat lain yang termasuk ke dalam kelompok ini.

## **B. Strategi Penerjemahan dalam Penerjemahan Label Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetik**

Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat bahwa strategi penerjemahan yang paling banyak digunakan oleh penerjemah dalam menerjemahkan kalimat pada label produk makanan, obat-obatan, adalah strategi transposisi. Jumlah strategi transposisi sebanyak 56%, strategi penambahan sebanyak 13%, strategi penerjemahan modulasi sebanyak 9%, strategi penerjemahan pengurangan/penghilangan

sebanyak 8%, strategi penerjemahan penerjemahan literal sebanyak 7%, strategi pemindahan data/transference sebanyak 6%, strategi deskriptif hanya sebanyak 1% berikut adalah contoh pembahasan kalimat pada label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik.

Berikut merupakan salah satu contoh strategi transposisi:

**TSu:** Asifit adalah suplemen herbal yang mengandung **serbuk daun katuk**, dilengkapi dengan **vitamin B1, B2, dan B12** yang membantu melancarkan air susu ibu (ASI) selama proses menyusui.

**TSa:** Asifit is supplement herbal that contains **dry leaves of Sauropus androgynous**, Merr, completed by **vitamins B1, B2, and B12** that could assisting to increase breast milk production nursing period.

**Pembahasan:** terjemahan di atas terdapat dalam produk obat Asifit, tepatnya pada bagian awal label produk Asifit. Teks tersebut di atas merupakan penjelasan secara umum mengenai produk dan juga informasi mengenai bahan utama obat Asifit. Sehingga secara fungsi, teks di atas sangat penting dan teks tersebut merupakan teks pertama yang akan dibaca konsumen sebelum konsumen membeli karena letaknya dibagian awal dari label produk Asifit itu sendiri. Sehingga jika ada kesalahan penerjemahan atau kesalahan strategi yang digunakan dapat membahayakan konsumen secara langsung atau makna TSu tidak tersampaikan. Seperti apa yang diungkapkan oleh Newmark bahwa transposisi adalah strategi yang mengubah struktur kalimat, tata bahasa TSu sesuai dengan TSa. Maka penggunaan strategi transposisi dapat terlihat jelas pada contoh di atas.

Strategi penerjemahan label produk yang digunakan penerjemah adalah transposisi. Hal ini dapat dilihat adanya perubahan bentuk dari bentuk awal kata nomina yaitu tunggal menjadi bentuk jamak pada kata “vitamin” dan “serbuk daun katuk”. Penerjemah menerjemahkan dua kata tersebut menjadi bentuk jamak karena dalam bahasa Inggris ada perbedaan antara kata nomina jamak dan kata nomina tunggal. Agar membuat TSa benar secara tata bahasa Inggris maka perubahan bentuk kata benda tunggal untuk dua kata benda diatas menjadi bentuk jamak sangatlah tepat karena adanya perbedaan penggunaan atau pengungkapan bentuk jamak dalam kata nomina di bahasa Inggris yang berbeda dengan bahasa

Indonesia. Strategi tersebut juga menegaskan bahwa penggunaan transposisi untuk kalimat TSu diatas sangat benar agar cakupan makna pada kedua konteks BSu dan BSa dapat tersampaikan dengan tepat dan juga benar secara gramatikal.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tata bahasa yang tidak sama dengan BSu. Sehingga diperlukan strategi transposisi untuk menjembatannya. Strategi penerjemahan ini juga digunakan untuk menerjemahkan 200 data label produk lain yang termasuk ke dalam kelompok ini.

Selain itu, strategi yang paling sedikit dan hanya berjumlah 1% adalah strategi deskriptif dengan contoh sebagai berikut:

**TSu:** SOTO AYAM

**TSa:** YELLOW CHICKEN CLEAR SOUP

**Pembahasan:** terjemahan di atas dapat ditemukan pada Indofood bumbu instant Soto Ayam pada bagian muka label produk. Melihat terjemahan “yellow chicken clear soup” pada produk bumbu instant Indofood yang cukup menjelaskan bahwa tidak ada padanan kata untuk “soto ayam” sehingga penerjemah menerjemahkannya menggunakan strategi penerjemahan deskriptif. Terjemahan TSa yang digunakan oleh penerjemah merupakan sifat atau ciri dari kata “soto ayam” sehingga para konsumen yang hanya mengerti TSu atau bahasa Inggris dalam hal ini mempunyai gambaran jelas mengenai bumbu instant yang ditawarkan. Selain itu label produk bumbu instant Indofood juga menampilkan gambar soto ayam itu sendiri.

Sekali lagi diinformasikan bahwa strategi deskriptif sangat cocok untuk menerjemahkan kata khusus TSu yang kemungkinan sama dengan hal atau konsep yang adap pada TSa. Hal ini menunjukkan bahwa konsep ketidaksamaan antara BSu dan BSa tidaklah terlalu besar sehingga kata TSu dapat diterjemahkan ke TSa namun dengan definisi yang lebih jelas. Prosedur penerjemahan hanya digunakan satu kali dari total data sebanyak 358.

### C. Penyimpangan Penerjemahan dalam Label Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetik

**TSu:** Cara Pemakaian: **Tiap pagi** dan **sore** 10 pil sekali minum, diminum dengan air hangat (matang).

**TSa:** Recommended dosage: Take 10 pills **every morning** with warm water, or may be taken as long as desired.

**Pembahasan:** terjemahan di atas dapat ditemukan pada label produk obat Pil Jamu Galian Rapet yaitu pada bagian cara pemakaian. Terjemahan ini merupakan kalimat pertama pada bagian cara pemakaian dan mempunyai fungsi yang sangat penting untuk konsumen. Fungsi kalimat diatas adalah sebagai informasi waktu kapan obat harus diminum dan juga berapa banyak pil yang dapat diminum. Terjemahan di atas merupakan salah satu bentuk penyimpangan yang penulis temukan di dalam terjemahan label produk obat. Keterangan waktu untuk meminum obat pada TSu yaitu pagi dan sore tidak diterjemahkan secara lengkap. Hal ini dapat dilihat pada TSa bahwa hanya ada keterangan waktu “every morning” sedangkan kata “sore” tidak diterjemahkan. Penghilangan kata “sore” pada TSa sangatlah fatal karena makna sesungguhnya tidak teralihkan dan hal ini secara pasti sangat merugikan konsumen TSa yang tidak paham sama sekali bahasa TSu dan dapat membahayakan kesehatan konsumen yang mengkonsumsi obat tersebut.

Jika dilihat makna penerjemahan yaitu kegiatan mengalihkan makna BSu sedekat mungkin ke dalam bentuk BSa, maka kalimat di atas sudah menyimpang keutuhan TSu, sebab penerjemah dengan sengaja tidak menerjemahkan kata “sore” pada label produk obat Pil Jamu Galian Rapet. Penyimpangan penerjemahan ini juga penulis temukan di 29 data label produk lain yang termasuk ke dalam kelompok ini.

#### **D. Sebab Penyimpangan Penerjemahan dalam Label Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetik**

Dalam terjemahan terkadang ada beberapa penyimpangan yang terjadi. Jenis penyimpangan di dalam penerjemahan menurut Newmark (1990: 11-12) yaitu, (1) adanya pergeseran kalimat dalam penerjemahan yang sering menimbulkan keganjilan semantik karena adanya penerjemahan leksikal yang disebabkan perubahan susunan kata. (2) pada umumnya masih ada kata-kata atau frase bahkan kalimat yang tidak diterjemahkan. Dalam penerjemahan teks non-sastra, penerjemah seharusnya mampu untuk menyampaikan semua fakta yang ada dari BSu ke dalam BSa. (3) penerjemah masih lebih banyak

menggunakan bahasa individu dibandingkan dengan bahasa sosial yang lazim digunakan di dalam masyarakat. (4) adanya perubahan sudut pandang yang berbeda dengan BSu. (5) banyaknya kesalahan kesepadanan gramatikal dan leksikal.

Pada penelitian ini penyimpangan yang paling banyak terjadi adalah penyimpangan kata, frase dan kalimat yang tidak diterjemahkan yaitu sebanyak 30 kalimat atau 59%. Kata atau frase yang tidak diterjemahkan mempunyai makna penting dan akan menyebabkan perbedaan makna pada TSa oleh karenanya disebut sebagai kategori penyimpangan. Kata atau frase yang tidak diterjemahkan dapat disebabkan oleh kealpaan penerjemahan, tidak adanya padanan kata yang mempunyai makna sama pada TSa atau karena terbatasnya tempat dimana terjemahan itu berada karena penelitian ini fokus pada penerjemahan yang terdapat pada label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik. Sehingga tempat terjemahan itu berada bervariasi dan bergantung kepada besar kecilnya ukuran suatu produk.

Penyimpangan kedua yang paling banyak terjadi adalah penyimpangan kesalahan kesepadanan gramatikal dan leksikal yaitu sebanyak 16 kalimat terjemahan label produk atau 31% dari keseluruhan penyimpangan. Adanya 31% kata/kalimat yang mempunyai kesepadanan gramatikal dan leksikal tidak sesuai. Hal dapat terjadi karena ketidaktahuannya penerjemah mengenai tata bahasa/hukum TSa yaitu bahasa Inggris dalam hal ini, kurangnya penelitian yang dilakukan penerjemah sebelum penerjemahan dilakukan dan juga karena terkadang adanya perbedaan struktur kalimat atau susunan frase antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Jenis penyimpangan terakhir yang terjadi dan juga yang muncul tidak terlalu banyak jika dibandingkan dua jenis penyimpangan sebelumnya adalah penyimpangan keganjilan semantik/perubahan susunan kata. Penyimpangan ini terjadi hanya pada 5 kata/kalimat atau sebanyak 10% dari total keseluruhan penyimpangan.

#### **V. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis penerjemahan label produk makanan, obat-obatan dan

kosmetik di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kesepadanan terjemahan label produk dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Inggris menggunakan sudut pandang teori kesepadanan Nida dan Taber yaitu menuntun peneliti menemukan kesepadanan formal dan kesepadanan dinamis.

Adapun tujuh strategi penerjemahan yang digunakan oleh penerjemah adalah transposisi, modulasi, penambahan, deskriptif, pengurangan, pemindahan kata/transference, literal. Namun, dari tujuh strategi tersebut, strategi yang jumlah penggunaannya tertinggi adalah strategi transposisi yang berjumlah 199 kalimat, dilanjutkan dengan strategi penambahan dengan jumlah 48 kalimat, dan strategi yang berada di urutan tertinggi ke tiga adalah strategi modulasi dengan jumlah 33. Setelah itu, strategi pada urutan keempat adalah strategi pengurangan sebanyak 30 kalimat. Strategi setelahnya adalah strategi literal sebanyak 24 kalimat lalu strategi pemindahan kata/transference sebanyak 21 kalimat. Adapun strategi peminjaman hanya dilakukan pada tiga kalimat saja sehingga termasuk dalam jumlah paling sedikit yaitu strategi deskriptif.

Dari penelitian ini pun ditemukan beberapa penyimpangan yang terjadi dalam terjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik. Penyimpangan yang ditemukan dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu penyimpangan kata, frase dan kalimat yang tidak diterjemahkan, penyimpangan kesalahan kesepadanan gramatikal dan leksikal, dan penyimpangan keganjilan semantik/perubahan susunan kata.

Penyimpangan terjadi karena kurangnya pengetahuan penerjemah mengenai TSA bahasa Inggris dalam hal ini. Hal ini juga dapat terjadi karena faktor terburu-burunya penerjemah dalam menerjemahkan sehingga ada susunan kata dan pemilihan kata atau kelas kata yang tidak sesuai. Selain itu, dapat juga terjadi karena sulitnya TSu sehingga padanan katanya tidak dapat ditemukan pada TSA. Penyebab penyimpangan penerjemahan pada label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik terjadi karena adanya kesalahan semantik atau kata TSA yang dipilih tidak sepadan dengan TSu. Lalu adanya istilah atau idiom yang diterjemahkan menjadi kosakata sehingga makna tidak tersampaikan. Selain dua hal sebab yang disebutkan, penyebab penyimpangan pada

kelompok tidak diterjemahkannya TSu adalah tidak adanya padanan kata pada TSA atau kata-kata yang diterjemahkan merupakan kata yang tidak penting sehingga tidak perlu diterjemahkan.

Dalam terjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik ini penyimpangan tidak terjadi banyak, hal ini terjadi karena cara dan strategi yang dilakukan penerjemah agar mampu menghasilkan terjemahan label produk yang berkualitas berhasil. Persentase antara penyimpangan yang terjadi dan kalimat yang tidak menyimpangan adalah 86% dan 14%. Seharusnya penyimpangan yang terjadi pada penerjemahan label produk makanan, obat-obatan dan kosmetik adalah 0% karena pentingnya peranan label produk tersebut untuk konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan, dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Azar, Schramper, Betty. 1999. *Understanding and Using English Grammar Third Edition*. The United States of America: Longman.
- Bell, Roger. 1991. *Translation and Translating*. London: Longman, 1991.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Eugene A., Nida dan Charles R. Taber. 1982. *The Theory and Praticce of Translation*. London: United Bible Societies.
- Hatim, Basil dan Jeremy Munday. 2004. *Translation: An Advanced resource book*. London and New York : Routledge.
- Hatim, Basil, dan Ian Mason. 2005. *The Translator as Communicator*. London & New York: Routledge.
- Mildred, Larson. 1998. *Meaning Based Translation: A Guide to Cross*

*Language Equivalence: Second Edition.* New York: Universitas Press of America Inc.,

Mona Baker. 1992. *In Other Words: A Course Book of Translation.* London: Routledge.

Newmark, Peter. 1988. *A Textbook of Translation.* Hertfordshire: Prentice Hall International Ltd..

Newmark, Peter. 1991. *About Translation.* UK: Multilingual Matters.

Newmark, Peter. 1981. *Approach to Translation.* Oxford: Pergemon Press.

Zulham, S. HI., M. Hum. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Lucia Molina dan Amparo Hurtado Albir, *Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach* (Meta, XLVII, 4), hlm, 498-512.  
<http://www.erudit.org/revue/meta/2002/v47/n4/008033ar.pdf> diakses pada 24 Agustus 2013.