

1. What are the important aspects we need to consider when translating tourism promotion texts?

Dalam menerjemahkan teks promosi wisata, seorang penerjemah harus pandai menemukan terjemahan yang sepadan untuk tiap kalimat atau bahkan kata dengan tujuan membangun impresi yang menarik terhadap para konsumen. Apabila langkah ini tidak dilakukan, teks promosi akan terlihat kurang menarik dan bahkan membosankan yang berujung pada hilangnya rasa ketertarikan para calon konsumen.

Maksud terjemahan yang kurang menarik disini adalah dimana sang penerjemah menerjemahkan teks promosi tersebut tanpa mempertimbangkan hasil terjemahan secara keseluruhan, sehingga hasil terjemahan akan membocorkan arti sesungguhnya dari teks tersebut tanpa ada proses pembangunan impresi para pembaca yang membuat konsumen kehilangan rasa ketertarikan dalam membaca teks tersebut. Begitu pula jika suatu teks promosi diterjemahkan menggunakan kata-kata yang terlalu puitis sehingga maksud dan tujuan dari teks promosi tersebut tidak dapat tersalurkan dengan baik, sedangkan suatu teks promosi haruslah tersusun dengan rapih, jelas, dan menarik disaat yang bersamaan.

2. What kinds of challenges that we probably face when translating tourism brochures in Indonesian context and culture to those in Western context and culture?

Tantangan yang seringkali kita temukan dalam proses menerjemahkan teks sumber ke teks sasaran dengan konteks budaya yang berbeda adalah sulitnya mencari padanan kata yang saling berterima dari bahasa sumber ke bahasa sasaran. Yang menjadi kesulitan utama disini bukan lah menemukan padanan katanya, karena berdasarkan artikel yang sudah saya baca sebuah teks sasaran selain harus sepadan, keberterimaan teks sumber dan teks sasaran juga harus terpenuhi. Alasannya adalah karena bahasa sumber dan sasaran yang sepadan, belum tentu dapat saling berterima dengan baik. Hal ini diakibatkan oleh perbedaan budaya yang dimiliki oleh masing-masing penutur bahasa.

