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

Sebagai salah satu industri terbesar di dunia parawisata sendiri merupakan sebuah industri yang menarik para peminatnnya melalui promosi yang kreatif seperti menggunakan bahasa persuasif sampai dengan desain leaflet yang menarik. Namum selain desain dan inspirasi yang bagus hal lain yang patut diperhatikan ialah bagaimana pesan dari teks parawisata yang diterjemahkan tersebut dapat disampaikan dengan tepat ke dalam bahasa sasaran sehingga tidak terjadi kekeliruan. Maka dari itu ada juga beberapa aspek yang diggunakan dalam menerjemahkan teks parawisata salah satunya seperti sintaksis yang didalamnya meliputi terjemahan kata, kalimat dan juga makna kiasan.

Sintaksis yaitu bagaimana pemilihan kata yang baik dan kalimat yang tepat dapat mempengaruhi dalam mempromosikan iklan parawisata selain itu bahasa kiasan adalah salah satu aspkek yang perlu dipakai untuk menhasilkan iklan yang menarik.

 Dalam terjemahan kata meliputi kata kerja ,kata ganti dan kata sifat. Seperti contoh di kata sifat dapat mempresentasikan hal yang dipromsikan sehinggan para wisatawan bisa lansung berimajinasi atau membanyangkan produk tersebut yang dapat membantu untuk mendeskripsikan maksud dari teks tersebut

Terjemahan kalimat yang sederhana dan jelas dapat menarik perhatian karena tujuan dari iklan parawisata sendiri ialah mengirim informasi dari produk tertentu kepada para pelanggan sehingga bahasa dari iklan tersebut harus tergorganisir dan jelas.

Makna kiasan mampu menampilkan/mempresentasikan keindahan seni dan makna yang terselubung dari iklan parawisata itu sendiri sehingga menarik perhatian dari para peminat

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?

Kesulitan atau permasalahan yang terjadi didalam menerjemahkan brosur parawisata antara budaya Indonesia dan luar terdapat karena adanya konsep atau nilai nilai budaya yang berbeda dari setiap tempat maka dari itu seorang promotor harus melakukan cara komunikasi dengan baik selama mempromosikan teks parawisata tersebut karena tentu saja setiap budaya dan bahasa itu memiliki cara berkomunikasi yang berbeda satu sama lainnya sehingga pemilihan gaya bahasa sangat diperhatikan gaya bahasa yang dipilih untuk melakukan penerjemahan ke bahasa target harus disesuaikan dengan beberapa konsep budaya dari negara itu sendiri seperti kelas atas vs kelas bawah, invidualisma vs kolektivisme