

# ***TRANSLATION STRATEGY ON SENKA'S LABEL AS BEAUTY PRODUCT***

**Dessy Novia Azhari<sup>1</sup>, Mangatur Sinaga<sup>2</sup>, Nana Rahayu<sup>3</sup>**

Email: dessynoviaazhari3@gmail.com, mangatur.sinaga@lecturer.unri.ac.id,  
nana.rahayu@lecturer.unri.ac.id  
Phone Number: 081261927862

*Japanese Language Education Study Program  
Language and Art Department  
Teacher Training and Education Faculty  
Riau University*

***Abstract:*** *This study was describe the strategy used by translator in translating Senka's label as beauty product. This study used descriptive qualitative research with theory of Vinay and Darbelnet. This study used eight senka's product such as Senka Perfect Whip U, Senka Perfect Whip Acne Care, Senka Perfect Whip Collagen In, Senka Perfect White Clay, Senka All Clear Oil, Senka Perfect Aqua Rich-Extra Moist, Senka Aqua White Mask Extra White, Senka Perfect Aqua White Mask Soothing White. The technique of data analysis used is the first observing data from label product. The next is wrote word, phrases and sentences which related to translation strategy. Then select data based on word, phrases and sentences which appropriate to translation strategy. Last is deduced. The result from this study is 23 data found with 12 words, 3 phrases and 8 sentences in translation strategy. The strategy used was literal, transference, transposition and strategy with reduction.*

***Key Word:*** *beauty, label product, translation*

# STRATEGI PENERJEMAHAN PADA LABEL PRODUK KECANTIKAN MEREK *SENKA*

**Dessy Novia Azhari<sup>1</sup>, Mangatur Sinaga<sup>2</sup>, Nana Rahayu<sup>3</sup>**

Email: dessynoviaazhari3@gmail.com, mangatur.sinaga@lecturer.unri.ac.id,  
nana.rahayu@lecturer.unri.ac.id  
Phone Number: 081261927862

Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang  
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Riau

**Abstrak:** Penelitian ini mendeskripsikan strategi penerjemahan pada label keterangan produk kecantikan merek *senka*. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori Vinay dan Darbelnet. Penelitian ini menggunakan delapan produk *senka* yaitu *Senka Perfect Whip U*, *Senka Perfect Whip Acne Care*, *Senka Perfect Whip Collagen In*, *Senka Perfect White Clay*, *Senka All Clear Oil*, *Senka Perfect Aqua Rich-Extra Moist*, *Senka Aqua White Mask Extra White*, *Senka Perfect Aqua White Mask Soothing White*. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu pertama mengamati data yang berupa label pada produk *senka*. Selanjutnya mencatat kata, frasa dan kalimat yang berhubungan dengan strategi penerjemahan. Kemudian menyeleksi data berdasarkan kata, frasa dan kalimat yang sesuai dengan strategi penerjemahan. Terakhir menarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini ditemukan 23 data yang menggunakan strategi penerjemahan dengan 12 kata, 3 frasa dan 8 kalimat. Strategi penerjemahan yang digunakan adalah strategi penerjemahan harfiah, strategi penerjemahan pengalihan, strategi penerjemahan transposisi dan strategi penerjemahan dengan pengurangan.

**Kata Kunci:** kecantikan, label produk, penerjemahan

## **PENDAHULUAN**

Terdapat wanita yang kurang percaya diri terhadap penampilan fisiknya. Maka dari itu, wanita memilih melakukan berbagai cara agar memiliki penampilan yang menarik seperti melakukan perawatan kulit. Dengan aktivitas yang lumayan sibuk, wanita cenderung memilih perawatan yang sederhana tanpa harus menghabiskan banyak waktu dengan menggunakan produk kecantikan. Salah satu produk yang sesuai dengan kriteria tersebut adalah produk *senka*.

*Senka* merupakan produk yang berasal dari Jepang. Dalam hal ini, maka label yang terdapat pada produk *senka* merupakan hasil terjemahan dari bahasa Jepang ke bahasa Indonesia. Dengan penjelasan ringkas yang terdapat pada label, sangat memungkinkan konsumen bingung dengan terjemahannya. Maulani Pangestu (2013) berpendapat bahwa bahasa yang digunakan pada label produk pun sangat penting mengenai informasi yang diberikan. Dapat dikatakan kualitas terjemahan yang baik akan mempengaruhi kualitas produk.

Newmark (1988:5) mendefinisikan penerjemahan sebagai berikut "*Translation is rendering the meaning of a text into another language in the way that the author intended the text*". Berdasarkan definisinya, kita pahami bahwa penerjemahan adalah menyampaikan makna dari sebuah teks ke dalam bahasa lain sesuai dengan maksud pengarang teks tersebut. Newmark menyoroti bagaimana penerjemah dapat mengalihkan makna yang terkandung dalam teks bahasa sumber. Dalam mengalihkan makna inilah masalah-masalah penerjemahan itu timbul. Untuk menangani masalah-masalah tersebut, maka penerjemah memerlukan teori-teori yang mendukung usahanya dalam memecahkan masalah pada penerjemahan yang dihadapinya. Salah satunya yaitu dengan menggunakan strategi penerjemahan.

Dalam menerjemahkan label produk, penerjemah pasti akan menemui masalah-masalah dan kesulitan dalam proses penerjemahan baik itu karena satuan-satuan teks atau karena kesenjangan pengetahuan atau keterampilan si penerjemah dengan teks yang dihadapinya. Maka dari itu, penerjemah harus menentukan strategi yang akan digunakan dalam menerjemahkan label. Lorcher (dalam Nababan, 2007) berpendapat strategi adalah *procedures which the subject employ in order to solve problems*, yang disimpulkan bahwa strategi dilakukan penerjemah atau muncul apabila dia menemui masalah ketika melakukan kegiatan penerjemahan.

Vinay and Darbelnet (dalam Barathayomi, 2012) mengemukakan beberapa strategi penerjemahan antara lain:

### **Strategi Penerjemahan Harfiah**

Strategi penerjemahan harfiah adalah strategi penerjemahan yang konstruksi gramatikal bahasa sumber disesuaikan dengan padanan terdekat dalam bahasa sasaran namun kata-kata secara leksikal diterjemahkan secara mandiri, di luar konteks.

### **Strategi Penerjemahan Pengalihan**

Strategi penerjemahan pengalihan adalah proses pengalihan kata dari bahasa sumber ke dalam teks bahasa dengan menyesuaikan pelafalan kata.

### **Strategi Penerjemahan Transposisi atau Pergeseran Bentuk**

Transposisi adalah salah satu strategi penerjemahan yang mengalami pergeseran yang disebabkan oleh perubahan bentuk dari bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran.

Adapun perubahan ini disebabkan oleh tata bahasa dan sistem bahasa, struktur gramatikal kalimat, dan ungkapan alamiah bahasa sasaran.

### **Strategi Penerjemahan dengan Pengurangan**

Baker (dalam Wardoyo, 2015) berpendapat strategi ini mungkin terdengar agak berani, tetapi sebenarnya tidak terlalu berbahaya untuk mengurangi terjemahan kata atau ekspresi pada konteks tertentu. Apabila makna yang terdapat dalam kata atau ekspresi tidak terlalu penting dalam keseluruhan teks dan malah akan membuat pembaca bingung dengan penjelasan yang panjang lebar, penerjemah dapat menghilangkan terjemahan kata atau ekspresi yang dimaksud.

Berdasarkan penjelasan di atas maka pada penelitian ini membahas strategi yang digunakan oleh penerjemah dalam menerjemahkan label produk kecantikan merek *senka*.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi yang digunakan dalam menerjemahkan label produk kecantikan merek *senka* bahasa Jepang ke dalam bahasa Indonesia.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sutopo (dalam Nur Fadhillah Adelina, 2017) memperjelas bahwa pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih bermakna dan mampu memicu pemahaman yang lebih nyata dari sekedar sajian angka dan frekuensi. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2009:21) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Dalam Penelitian ini, peneliti mengungkap informasi kualitatif yang terdapat pada produk *senka*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah label pada produk kecantikan merek *senka* dan sumber data yang digunakan adalah kata, frasa dan kalimat pada label produk *senka* sebanyak 8 produk *senka* yaitu *Senka Perfect Whip U*, *Senka Perfect Whip Acne Care*, *Senka Perfect Whip Collagen In*, *Senka Perfect White Clay*, *Senka All Clear Oil*, *Senka Perfect Aqua Rich-Extra Moist*, *Senka Aqua White Mask Extra White*, *Senka Perfect Aqua White Mask Soothing White*.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode catat. Teknik catat adalah mencatat beberapa bentuk relevan bagi penelitiannya dari penggunaan bahasa secara tertulis (Mahsun, 2005:93).

Teknik analisis pada penelitian ini melalui beberapa tahap yaitu tahap pertama dalam penelitian ini yaitu peneliti mengamati data yang berupa keterangan pada produk *senka*. Tahapan kedua yaitu peneliti mencatat kata, frasa dan kalimat yang berhubungan dengan strategi penerjemahan. Tahap ketiga yaitu peneliti menyeleksi data berdasarkan kata, frasa dan kalimat yang sesuai dengan strategi penerjemahan. Tahap selanjutnya yaitu peneliti menyederhanakan data. Dan tahap terakhir peneliti menarik kesimpulan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, akan dijelaskan hasil dan pembahasan mengenai strategi penerjemahan yang digunakan pada label produk *senka*.

### **Strategi Penerjemahan Harfiah pada Label Produk Kecantikan Merek Senka.**

BSu : 過剰の皮脂  
(*kajou no hishi*)  
BSa : sebum berlebih

Kosakata 皮脂 pada bahasa sumber diterjemahkan menjadi “Sebum” dalam bahasa sasaran. Kata 皮脂 memiliki arti yaitu sebum dan kelenjar *sebaceous*. Dilansir dari alodokter, sebum adalah zat berminyak berwarna kekuningan yang dihasilkan oleh kelenjar minyak di kulit. Jika kulit yang mengandung terlalu banyak sebum akan mudah berkomedo dan berjerawat. Selain sebum, terdapat pula kelenjar *sebaceous*. Dilansir dari sehatq.com, kelenjar *sebaceous* adalah kelenjar penghasil sebum atau minyak di kulit yang berukuran sangat kecil. Pada produk kecantikan merek *senka* yaitu *senka perfect whip acne care* menjelaskan bahwa pembersih wajah tersebut bermanfaat untuk membantu mengatasi sebum berlebih yang menjadi penyebab jerawat.

### **Strategi Penerjemahan Pengalihan pada Label Produk Kecantikan Merek Senka.**

BSu : コンタクトレンズの汚れの原因になりますので  
(*kontakuto renzu no yogore no kenrin ni narimasu node*)  
BSa : jika Anda memakai lensa kontak.

Bahasa sumber dari kata コンタクトレンズ diterjemahkan menjadi lensa kontak pada bahasa sasaran. Apabila kata コンタクトレンズ diubah menjadi romaji maka akan menjadi *kontakuto renzu*. Kata コンタクトレンズ merupakan kata dalam bahasa Jepang yang diserap dari kata *contact lens* dalam bahasa Inggris. Oleh karena itu, kata *contact lens* dalam bahasa Inggris diterjemahkan kembali ke dalam bahasa Indonesia menjadi lensa kontak yang lebih sering digunakan oleh masyarakat.

### **Strategi Penerjemahan Transposisi pada Label Produk Kecantikan Merek Senka.**

BSu : お肌に合わないときは、使用を中止し  
(*ohada ni awanai toki wa, shiyuu wo chuushishi*)  
BSa : Jika kulit Anda menunjukkan reaksi yang merugikan setelah digunakan,  
segera hentikan penggunaan

Pada kalimat “お肌に合わないときは” merupakan kalimat bahasa sumber yang mengalami pergeseran (transposisi) menjadi “Jika kulit Anda menunjukkan reaksi yang merugikan setelah digunakan” dalam bahasa sasaran. jika “お肌に合わないときは” diterjemahkan secara harfiah maka akan menjadi “Jika tidak cocok di kulit”, hal ini justru akan memunculkan pertanyaan-pertanyaan lain seperti tidak cocok dalam hal apa, tekturnyakah atau yang lainnya. Maka penggunaan kalimat “Jika kulit Anda

menunjukkan reaksi yang merugikan setelah digunakan” merupakan kalimat yang tepat pada keterangan produk.

### **Strategi penerjemahan dengan pengurangan pada Label Produk Kecantikan Merek *Senka*.**

BSu : 使用後は、キャップをきちんとしめてください  
(*shiyou ato wa, kyappu wo kichin to shimete kudasai*)

Kalimat di atas jika diterjemahkan akan menjadi “Setelah digunakan, harap tutup kembali botolnya dengan benar”. Kalimat tersebut merupakan kalimat dalam bahasa sumber yang tidak diterjemahkan ke dalam bahasa sasaran. Hal ini tidak terlalu mempengaruhi isi label karena dianggap sebagai kalimat yang tidak penting dan penerjemah juga menganggap konsumen dapat melakukan kegiatan tersebut tanpa harus diberi peringatan.

## **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Simpulan**

Berdasarkan analisis penerjemahan pada label produk kecantikan merek *senka*, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 strategi yang digunakan penerjemah yaitu strategi penerjemahan harfiah, strategi penerjemahan pengalihan, strategi penerjemahan transposisi dan strategi dengan pengurangan. Dari empat strategi tersebut, strategi yang paling banyak digunakan adalah strategi penerjemahan transposisi dengan jumlah 7 data yaitu 3 kata, 1 frasa dan 3 kalimat. Selanjutnya yaitu strategi penerjemahan pengalihan dengan 6 data, strategi penerjemahan dengan pengurangan 5 data dan strategi penerjemahan harfiah dengan 4 data.

### **Rekomendasi**

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut mengenai strategi penerjemahan, khususnya dalam menerjemahkan produk-produk kesehatan dan kecantikan agar semakin beragam dan berguna untuk evaluasi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang penerjemahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, N. F. (2017). *Analisis Terjemahan Petunjuk Pemakaian Produk–Produk Herbalife Nutrition*. Tesis. Universitas Sumatera Utara.
- Barathayomi, Wieka. 2012. *Strategi Penerjemahan Istilah Budaya dalam Novel “Olive Kitteridge”*: Kritik Terjemahan Berdasarkan Model Analisis Teks yang Berorientasi pada Penerjemahan. Tesis Ilmu Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Indonesia.
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nababan, D. J. (2007). *Metode, Strategi, dan Teknik Penerjemahan: Sebuah Tinjauan Mendalam*. Makalah, Kongres Linguistik Nasional XII Masyarakat Linguistik Indonesia Komisariat Surakarta dan Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 3.
- Newmark, P. (1988). *A Text Book of Translation*. Herfordshire: Prentice Hall.
- Pangestu, Maulani. (2014). “*Penerjemahan Label Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetik*”. Wanastra: Jurnal Bahasa dan Sastra, 6(2), 48-50.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Wardoyo, C. (2015). *Strategi Penerjemahan Istilah-Istilah Pragmatik dalam Buku “Principles of Pragmatics” Karangan Geoffrey Leech*. Prosiding Prasasti, 182-187.