



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis teknik penerjemahan mesin pada takarir Instagram PT Multi Integra Technology Group. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis teknik penerjemahan pada postingan Instagram sebagai strategi pemasaran, untuk menilai seberapa baik teknik penerjemahan mempertahankan pesan yang dimaksud, dan untuk melihat apakah ada perubahan dalam fungsi bahasa setelah diterjemahkan. Permasalahan ini mungkin terjadi karena mesin penerjemah otomatis oleh Instagram cenderung melakukan penerjemahan “kata demi kata”, sedangkan teks yang diterjemahkan harus menyampaikan penafsiran makna yang sama dengan teks aslinya agar dapat memenuhi tujuan takarir. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dari produk penerjemahan mesin pada takarir Instagram PT Multi Integra Technology Group dengan takarir yang digunakan adalah takarir dari konten pertama hingga konten tertanggal 9 Mei 2024. Bahasa sumber menggunakan bahasa Indonesia dan diterjemahkan ke dalam bahasa sasaran yaitu bahasa Inggris. Dari 47 caption Instagram terpilih, penelitian ini menemukan beberapa teknik berikut: Literal Translation sebesar 79,2%, Reduction sebesar 6,2%, Borrowing sebesar 4,6%, Established Equivalent sebesar 3,5%, Modulation sebesar 2,9%, Transposition sebesar 0,9%, Adaptation sebesar 0,6%, Calque sebesar 0,3%, Amplification sebesar 0,2%, Discursive Creation sebesar 0,09%, dan Generalization sebesar 0,09%. Oleh karena itu penelitian ini juga menemukan kesalahan atau mistranslation sebesar 1,1%. Teknik penerjemahan yang tidak terjadi adalah Kompensasi, Deskripsi, Amplifikasi Linguistik, Kompresi Linguistik, Partikularisasi, Substitusi, dan Variasi. Analisis juga menemukan bahwa 100% atau 10 dari 10 teks informatif berhasil menyampaikan pesan yang dimaksud, namun 22% atau 6 dari 27 teks ekspresif dan 46% atau 6 dari 13 teks vokatif gagal menyampaikan pesannya. Tidak ada teks yang fungsi bahasanya berubah secara eksplisit.



ABSTRACT

This study analyses the machine translation technique on the Instagram caption of PT Multi Integra Technology Group. The purpose of this study is to analyse the translation technique in Instagram posts as a marketing strategy, to assess how well does the translation techniques preserve the intended message, and to see whether there was changes in the language functions. This might occur because the automatic translation machine by Instagram tends to do “word by word” translation, while the translated text has to deliver the same interpretation of meaning as the original text in order to meet the purpose of caption. The data for this study were collected from the machine translation product on the Instagram caption of PT Multi Integra Technology Group with the caption used being the caption from the first content to the content dated May 9, 2024. The source language is in Indonesian and translated into the target language, namely English. From 47 selected Instagram captions, this study found the following translation techniques: 79,2% of Literal Translation, 6,2% of Reduction, 4,6% of Borrowing, 3,5% of Established Equivalent, 2,9% of Modulation, 0,9% of Transposition, 0,6% of Adaptation, 0,3% of Calque, 0,2% of Amplification, 0,09% of Discursive Creation, and 0,09% of Generalization. Hence this study also found 1,1% of errors or mistranslations. The translation technique which did not happen are Compensation, Description, Linguistic Amplification, Linguistic Compression, Particularization, Substitution, and Variation. The analysis also found that 100% or 10 out of 10 informative captions are successful in conveying its intended message, yet 22% or 6 out of 27 expressive captions and 46% or 6 out of 13 vocative captions are failed in conveying its message. There are no caption with its language function changed explicitly.