

ABSTRACT

Translation has become essential in delivering information all across the world. It should have gone through translation methods to reach the desired reader. Other than the methods, translation surely has an orientation, whether it is going to be translated closely to the original work or to be adapted to the targeted language's culture. This research aims to uncover the translation methods and orientation done in the articles on VICE Media Indonesia that were published in January 2021. Data were collected qualitatively and were analyzed using Newmark's translation methods, Vinay and Darbelnet's translation procedures, and Mona Baker's translation strategies. This research used 14 translation method theories to 798 sentences from 16 articles and 1196 translation methods used. The methods used were word-for-word translation which was used 4 times (0,33%), literal translation 15 times (1,25%), faithful translation 452 times (37,79%), semantic translation 8 times (0,67%), borrowing 49 times (4,10%), calque 31 times (2,59%), translation by a more neutral/less expressive 36 times (3,01%); these are leaning toward to Venuti's foreignizing. Next are, adaptation which was used 155 times (12,96%), free translation 185 times (15,47%), idiomatic translation 10 times (0,84%), and communicative translation by 135 times (11,29%) transposition 13 times (1,09%), modulation 37 times (3,09%), equivalence 4 times (0,33%), and translation by omission 62 times (5,18%). Those are the domesticating methods. The research resulted in 49,75% methods for foreignizing and dominated with 50,25% methods for domesticating which means the translator used both methods correspondingly.

Keywords: VICE Media Indonesia, article, translation, translation methods, translation orientation.

INTISARI

Penerjemahan telah menjadi bagian penting dalam menyalurkan informasi ke seluruh dunia. Sebuah karya terjemahan sudah pasti adalah hasil dari metode translasi agar lebih mudah dipahami target pembaca. Selain metode, terjemahan juga memiliki orientasi, apakah akan diterjemahkan sedekat mungkin dengan karya asli, atau diadaptasi sesuai dengan budaya pembaca. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan metode, strategi, dan orientasi yang telah dilakukan oleh VICE Media Indonesia pada artikel yang diterbitkan dalam bulan Januari 2021. Data diperoleh secara kualitatif dan dianalisa menggunakan teori metode translasi milik Newmark, teori prosedur terjemahan milik Vinay dan Darbelnet dan teori strategi terjemahan milik Mona Baker. Penelitian ini menggunakan 14 teori metode translasi untuk 798 kalimat dari 16 artikel. Sebanyak 1196 metode translasi ditemukan pada penelitian ini. Metode yang digunakan adalah *word-for-word* sebanyak 4 kali (0,33%), *literal translation* 15 kali (1,25%), *faithful translation* 452 kali (37,79%), *semantic translation* 8 kali (0,76%), *borrowing* 49 kali (4,10%), *calque* 31 kali (2,59%), *translation by a more neutral/less expressive* 36 kali (3,01%); metode-metode tersebut adalah metode yang berorientasi pada foreinisasi, teori milik Venuti. Sedangkan untuk metode-metode yang berorientasi pada domestikasi adalah *adaptation* yang muncul sebanyak 155 kali (12,96%), lalu *free translation* 185 kali (15,47%), *idiomatic translation* 10 kali (0,84%), *communicative translation* 135 kali (11,29%), *transposition* 13 kali (1,09%), *modulation* 37 kali (3,09%), *equivalence* 4 kali (0,33%), dan *translation by omission* 62 kali (5,18%). Hasil dari penelitian ini menunjukkan penggunaan metode translasi dengan orientasi foreinisasi sebesar 49,75% dan domestikasi sebesar 50,25% yang berarti para penerjemah menggunakan kedua metode secara bersamaan dan seimbang; tidak berat ke salah satu orientasi.

Kata kunci: VICE Media Indonesia, artikel, terjemahan, metode terjemahan, orientasi terjemahan.