

ABSTRACT

SISTANTO, LIDYA. The Indonesian Translation of Food and Beverage Product Labels: A Study of Readability and Strategies Applied. Yogyakarta: Department of English Letters. Faculty of Letters, Sanata Dharma University, 2015.

Translation is a process to give information from Source Language into Target Language which has the same meaning in different language by replacing, adding, or even deleting some content from the Source Language. This study focuses on the labels of food and beverage from imported products distributed in markets, including all types of food which ready to be eaten or not. This study deals with the readability of the Target Text and translation strategies used.

There are two questions that are analyzed in this study. The first problem is to analyze the readability of various brands of food and beverage product labels. The application of readability of those product labels is very important in order to make the customers understand the switching texts from English into Indonesian. The second is to learn about the strategies applied in food and beverage product translations because without translation strategy, the data translations cannot be read and understood well. Hence, this study learns deeply about the readability and strategies applied in order to analyze each of the data translation of those food and beverage product labels.

This study applied field research method. Out of 30 data from imported products, there are 15 food products and 15 beverage products. The analysis of those was from questionnaires which were distributed to 10 respondents from different background of college students. The main purpose for collecting the data is to learn and to analyze the readability of the translation of those products.

In the final result, 23 data (11 foods and 12 beverages) were readable and 7 data (4 foods and 3 beverages) were not readable. Readable means that the text is easy to be read and understandable, while Not Readable means that those data are hard to be read and not understandable. The whole data were derived from various brands of food and beverage product labels. There are also 7 strategies from 12 strategies which applied in the process of translating those food and beverage products

ABSTRAK

SISTANTO, LIDYA. **The Indonesian Translation of Food and Beverage Product Labels: A Study of Readability and Strategies Applied.** Yogyakarta: Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Sastra. Universitas Sanata Dharma, 2014.

Translasi adalah sebuah proses memberi informasi dari bahasa sumber ke bahasa target yang mempunyai arti sama dalam bahasa yang berbeda dengan mengganti, menambah, atau bahkan menghilangkan beberapa konten dari bahasa sumber. Studi ini mengacu pada label instruksi yang terdapat pada berbagai macam produk makanan dan minuman impor yang dipasarkan di sejumlah pasar. Studi ini berdasarkan pada teori keterbacaan didalam pemakaian bahasa target serta strategi penerjemahan yang digunakan.

Ada 2 masalah yang di teliti dalam studi ini. Rumusan masalah pertama adalah menganalisis keterbacaan dari berbagai macam merk dari label produk makanan dan minuman. Penerapan teori keterbacaan dari sejumlah label produk tersebut sangat penting agar konsumen mengerti pergantian teks dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia. Rumusan masalah kedua adalah untuk mempelajari strategi-strategi yang digunakan dalam penerjemahan label produk makanan dan minuman. Oleh karena itu, tanpa strategi terjemahan, data terjemahan tidak bisa terbaca dan dimengerti dengan baik. Studi ini mempelajari lebih dalam tentang teori keterbacaan dan strategi penerjemahan yang bertujuan untuk menganalisis satu persatu data terjemahan dari label produk makanan dan minuman.

Penelitian ini menerapkan proses penelitian lapangan. Ada 30 data dari produk impor yang dianalisis, terdiri dari 15 produk makanan, dan 15 produk minuman. Analisis didapat dari kuesioner 10 responden yang terdiri dari mahasiswa dengan berbagai latar belakang. Tujuan utama pengumpulan data adalah untuk mempelajari dan menganalisis teori keterbacaan dari penerjemahan sejumlah produk makanan dan minuman tersebut.

Pada hasil akhir, 23 data dikategorikan terbaca (11 produk makanan dan 12 produk minuman) dan 7 data dikategorikan tidak terbaca (4 produk makanan dan 3 produk minuman). Terbaca berarti bahwa data tersebut mudah dibaca dan dipahami, sementara Tidak terbaca berarti data tersebut tidak mudah dibaca dan tidak dipahami. Keseluruhan data berasal dari berbagai macam merk label produk impor makanan dan minuman. Selain itu, 7 strategi penerjemahan dari 12 strategi diterapkan dalam proses penerjemahan produk makanan dan minuman tersebut.