

ABSTRACT

Herlambang, M. Angga Kurnia. 2017. *A Study of Translation Equivalence and Acceptability on the Subtitle of Intel Advertisements*. Yogyakarta: Sanata Dharma University

The researcher was interested in analyzing Intel technology product advertisements by employing content analysis to study the translation equivalence and acceptability on its subtitle. In this study, the subtitle was the translation that assists foreign viewers to understand the advertisement. Therefore, the researcher needed to assess the translation whether it was equivalent and acceptable because advertisement was not only to promote the product, but also to deliver the idea to create image. The Intel advertisements were chosen as the data source of the study as Intel was creative in creating the advertisements. The researcher provided two research questions: (1) How is the translation equivalence of the subtitle in the advertisements of Intel achieved? (2) How is the translation acceptability of the subtitle in the advertisements of Intel achieved?

The research was designed as qualitative that employs content analysis to analyze the data. There were 56 utterances and 56 subtitles as the data. The data sources were translation subtitles of Intel advertisements broadcasted on the Internet in September 2015 and September 2016. The data were analyzed through Nababan's translation quality assessment. Alongside Nababan's theory of translation quality assessment, the theory of translation equivalent from Nida and Catford, and theory of translation acceptability from Larson were included to build indicator of the equivalent and acceptable translation.

The Nababan's translation quality assessment used the scoring, validating and calculating process in order to obtain the exact point of each aspect. The finding showed that the translation subtitle was equivalent and acceptable. For the equivalence aspect, the subtitle got 1.6 point meaning that it was equivalent. In addition, the analysis of translation acceptability showed that the subtitle got 1.8 meaning that it was categorized as acceptable.

Keywords: *translation, subtitle, equivalence, acceptability, advertisement, Intel*

ABSTRAK

Herlambang, M. Angga Kurnia. 2017. *A Study of Translation Equivalence and Acceptability on the Subtitle of Intel Advertisements*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma

Peneliti tertarik untuk meneliti iklan produk teknologi Intel dengan menerapkan analisa isi untuk mempelajari kesamaan dan keberterimaan terjemahan dalam subtitlenya. Dalam konteks ini, subtitle adalah terjemahan yang membantu penonton asing untuk memahami iklan. Untuk itu, peneliti perlu menilai terjemahan tersebut, apakah sama dan berterima, karena iklan tidak hanya dipakai untuk mempromosikan suatu produk, tetapi juga menyampaikan gagasan untuk membentuk sebuah konsep. Iklan Intel dipilih sebagai sumber data dalam penelitian ini karena Intel dinilai kreatif dalam membuat iklan. Dalam penelitian ini, terdapat dua rumusan masalah yang dianalisis oleh peneliti: (1) Bagaimana kesamaan terjemahan dalam sub judul dalam iklan Intel tercapai? (2) Bagaimana keberterimaan terjemahan dalam sub judul dalam iklan Intel tercapai?

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kualitatif yang menerapkan analisa isi untuk meneliti data. Terdapat 56 ucapan dan 56 subtitle yang digunakan sebagai data. Sumber data penelitian ini adalah iklan Intel yang ditampilkan di Internet di bulan September 2015 dan September 2016. Data tersebut diteliti menggunakan penilaian kualitas terjemahan oleh Nababan. Bersamaan dengan teori penilaian kualitas terjemahan oleh Nababan, teori kesamaan terjemahan oleh Nida dan Catford, dan teori kebersamaan terjemahan oleh Larson juga dicantumkan untuk menyusun indikator terjemahan yang sama dan berterima.

Penilaian kualitas terjemahan oleh Nababan menggunakan proses pemberian skor, validasi, dan penghitungan untuk memperoleh poin yang tepat untuk masing-masing aspek. Hasilnya menunjukkan bahwa subtitle terjemahan sama dan berterima. Untuk aspek kesamaan, data mendapatkan nilai 1,6 yang berarti sama. Selain itu, analisa dari keberterimaan terjemahan menunjukkan data mendapat nilai 1,8 yang berarti berterima.

Kata kunci: *translation, subtitle, equivalence, acceptability, advertisement, Intel*