

**PENERJEMAHAN MESIN PADA BAHASA IKLAN DI APLIKASI
INSTAGRAM PADA AKUN BISNIS *MAKE OVER COSMETICS***

Dewi Yanti

dosen01160@unpam.ac.id

Universitas Pamulang

Abstrak

Pada era industri 4.0 saat ini, penggunaan media sosial seolah menjadi “teman hidup” bagi masyarakat penggunanya, khususnya di Indonesia. Data hasil penelitian dari UNESCO yang dilansir pada laman KOMINFO menyimpulkan bahwa 4 dari 10 orang Indonesia aktif di media sosial, salah satunya adalah instagram. Menurut hasil Survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite* menunjukkan bahwa Indonesia berada pada urutan nomor 3 pengguna istagram terbesar di dunia setelah Amerika Serikat dan Brazil dengan dengan total pengguna aktif lebih dari 50 juta. Hal ini menunjukkan bahwa istagram sebagai salah satu media yang digunakan untuk membagi berbagai cerita, aktifitas-aktifitas menarik, info-info terkini, berselancar pada pofil-profil artis favorit dan kini mewabah menjadi sarana pengiklanan berbagai produk dengan bahasa yang mempersuasif. Fitur-fitur canggih yang disajikan pada aplikasi istagram menjadikan media sosial ini semakin digemari. Salah satu fitur di dalamnya, yakni mesin penerjemahan yang secara otomatis dapat menerjemahkan berbagai bahasa berbeda dari bahasa pengguna. Salah satu produk kosmetik ternama Indonesia yang diiklankan pada akun istagram dengan kemasan mendunia adalah *Make Over*. Pemilihan bahasa iklan pada akun ini menggunakan bahasa Inggris. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini berusaha mendeskripsikan hasil penerjemahan mesin pada bahasa iklan di aplikasi istagram pada akun *Make Over Cosmetic*. Metodologi Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan prespektif penerjemahan bahasa mesin aplikasi istagram dengan penerjemahan orang sesuai konten bahasa iklan yang persuasif. Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data didapat sebanyak 10 data iklan dapa akun istagram *Make Over Cosmetic* yang diterjemahkan menunjukkan bahwa penerjemahan mesin masih terfokus pada faktor intertekstual, seperti leksikal dan gramatikal. Sementara faktor ekstratekstual (misalnya konteks teks, buday dari pembaca) belum masuk dalam pertimbangan proses penerjemahan mesin/komputer.

Kata Kunci : *Penerjemahan mesin, bahasa iklan, aplikasi istagram, akun Make Over Cosmetic*

Pendahuluan

Perkembangan zaman dan teknologi menyajikan berbagai kemudahan dan efisiensi pada berbagai bidang, salah satunya penerjemahan. Kebutuhan akan penerjemahan mesin sangat membantu manusia dalam menerjemahkan teks

bahasa sumber ke teks bahasa sasaran. Penerjemahan mesin lazim disebut *machine translation* (MT). Penerjemahan mesin adalah cabang linguistik komputasional yang mempelajari penggunaan perangkat lunak komputer untuk menerjemahkan teks dari suatu bahasa ke bahasa lain. Penerjemahan mesin daring banyak diminati karena dapat menyingkat waktu menerjemahkan.

Perkembangan mesin penerjemahan saat ini yang dikenal dan digunakan secara luas diantaranya *Google translate*, *babel fish*, *transtool*, *free translation* dan lain sebagainya. Penerjemahan berbantu komputer tools ini berupa software yang sangat canggih. Prinsip kerjanya adalah dengan menghimpun semua kata/kalimat/frase yang pernah kita terjemahkan ke dalam Translation Memory (TM).

Kemajuan teknologi pun telah membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah. Terlebih lagi dengan adanya *smartphone* kini semuanya dapat dilakukan hanya melalui genggaman tangan. Penggunaan media sosial yang mejamur di seluruh kalangan masyarakat Indonesia ikut memberikan kemudahan penerjemahan. Mesin penerjemahan saat ini dapat pula dinikmati secara langsung oleh pengguna berbagai media sosial diantaranya, *instagram*, *facebook* dan *tweeter*. Setiap pengguna dapat secara langsung melakukan penerjemahan yang dibantu oleh aplikasi media sosial tersebut.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang menyajikan berbagai fitur menarik. Instagram digunakan oleh berbagai kalangan untuk membagi berbagai cerita, aktifitas-aktifitas menarik, info-info terkini, berselancar pada pofil-profil artis favorit dan kini mewabah menjadi sarana pengiklanan berbagai produk dengan bahasa yang mempersuasif. Fitur-fitur canggih yang disajikan pada aplikasi instagram menjadikan media sosial ini semakin digemari. Salah satu fitur di dalamnya, yakni mesin penerjemahan yang secara otomatis dapat menerjemahkan berbagai bahasa berbeda dari bahasa pengguna.

Sejalan dengan fitur penerjemahan yang disajikan aplikasi instagram, salah satu akun kosmetik ternama Indonesia yang diiklankan melalui istagram dengan kemasan mendunia adalah *Make Over* dengan nama akun *@makeoverid*. Pemilihan bahasa iklan pada akun ini menggunakan bahasa Inggris guna

mempermudah marketing *brand* asli Indonesia ini menerobos pasar dunia, bukan hanya di Indonesia. Berbagai deskripsi produk disajikan dengan kata-kata persuasif, seperti *Bring Out the Blues with our blue collection Gorgeous! Rock these baby blues and dare to look like you've always wanted to!* (unggahannya 28 Desember 2018).

Hanya dengan sekali 'klik' setiap pengguna dapat mengakses terjemahan dari deskripsi produk tersebut sesuai bahasa penggunaannya. Pada contoh deskripsi produk unggahan 28 Desember 2018 di atas, peneliti mendapatkan hasil terjemahan dari aplikasi instagram yang tersedia pada bagian akhir unggahan tersebut adalah *Keluarkan Blues dengan koleksi biru kami cantik! Rock ini baby blues dan berani untuk terlihat seperti anda selalu ingin.* Ada hal yang menarik dari hasil penerjemahan aplikasi instagram ini. Pada aplikasi ini terlihat terjadi kesalahan pemaknaan dari bahasa asal ke bahasa tujuannya. Bahasa persuasif 'cantik' di akhir kalimat tidak diterjemahkan dengan baik maksud/ sasarannya. Yang dimaksud di sana adalah *koleksi biru yang cantik.* Selain itu pada kalimat '*terlihat seperti anda selalu ingin*' secara gramatikal artinya adalah *terlihat seperti yang selalu anda ingin.*

Setelah melihat hasil studi pendahuluan tersebut, hal yang menarik dalam penelitian ini adalah masalah-masalah pemaknaan dari bahasa sumber ke bahasa sasaran (Inggris ke Indonesia), tata bahasa, hingga konteks persuasif bahasa iklan dalam penerjemahan yang dilakukan oleh mesin penerjemahan pada aplikasi instagram. Selain itu, peneliti melakukan perbandingan antara penerjemahan yang dilakukan aplikasi instagram dengan penerjemah (manusia/ peneliti).

Instagram kini menjadi *platform* media sosial (medsos) berbagi foto dan video yang digunakan di seluruh dunia. Artinya, semua *posting* yang diunggah dibubuhi *caption* atau komentar dengan bahasa yang berbeda dari negara-negara lain. Memenuhi kebutuhan dunia, pada tahun 2016 lalu, Instagram meluncurkan fitur penerjemahan bahasa asing. Jika pengguna menemukan tulisan dalam bahasa asing, akan ada pilihan *tap* 'see translation' untuk menerjemahkan kalimat tersebut. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Fitur penerjemahan yang disajikan oleh aplikasi instagram menjadi penunjang bagi pemanfaatan fungsi instagram secara luas, salah satunya sebagai sarana pemasaran/ *marketing online* yang menggunakan bahasa asing dalam akun/ deskripsi produk-produk yang ditawarkan. Semakin populernya Instagram tentunya memberi keuntungan tersendiri jika produk atau jasanya dipasarkan, ditambah lagi dengan fitur posting foto yang dilengkapi bahasa iklan yang

menarik dan persuasif mendeskripsikan secara jelas produk yang ditawarkan. Hal ini pun dilakukan oleh perusahaan kosmetik ternama Indonesia, *Make Over*.

Metode Penelitian

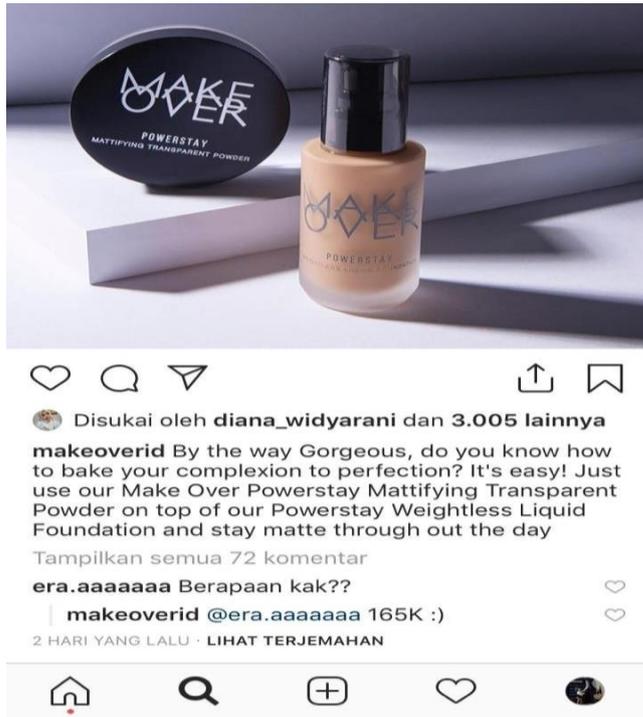
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu mendeskripsikan permasalahan penelitian melalui deskripsi tren atau kebutuhan akan penjelasan tentang hubungan di antara beberapa variabel (Creswell, 2015:215). Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menganalisis hasil penerjemahan mesin pada aplikasi instagram dalam menerjemahkan bahasa iklan. Akun sebagai sumber data pada penelitian ini adalah akun Bisnis *Make Over Cosmetic*.

Analisis data kuantitatif yang dipakai dalam penelitian ini, peneliti melakukan tangkapan layar/ *screen shoot* dari *postingan @makeoverid*. Peneliti menggunakan 10 *postingan* iklan yang dipilih acak dari *postingan waktu/ hari* yang berbeda. Kesepuluh iklan yang dipilih kemudian diterjemahkan menggunakan mesin penerjemahan yang disajikan aplikasi instagram dan penerjemahan yang dilakukan peneliti.

Data hasil yang diterjemahkan oleh mesin penerjemah kemudian disajikan dalam tabel data, diteliti secara linguistik (semantik, gramatikal, fonologi, morfologi dan sebagainya) hingga pemaknaan bahasa persuasif yang diselaraskan dengan konteks hingga budaya dari bahasa sumber (Bsu-Inggris) ke bahasa sasaran (Bsa-Indonesia). Hasil penerjemahan mesin tersebut kemudian disandingkan dan dibandingkan dengan hasil penerjemahan manusia (peneliti) untuk mendapatkan hasil akhir dari tujuan penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan, peneliti memilih acak 10 iklan dari akun *@makeoverid*, kemudian melakukan tangkapan layar/ *screen shoot*. Data-data tersebut terlampir di bawah ini.



Data 1
Mesin



Terjemahan





2.914 suka

makeoverid Get ready to edge 2018 and welcome 2019 in some fuschia zing. We highly recommend you to try these flatter fuschia babies; Make Over Intense Matte Lip Cream 001 "Lavish" & 002 "Heiress", also Ultra Hi-Matte Lipstick 007 "Think Pink"!



2.924 suka

makeoverid Bersiap-siap untuk edge 2018 dan selamat datang 2019 dalam beberapa fuschia zing. Kami sangat menyarankan anda untuk mencoba ini menyanjung fuschia bayi; Membuat Lebih Intens Matte lip cream 001 " mewah " & 002 " ahli waris ", juga ultra hi-matte lipstick 007 " berpikir pink "!

[Tampilkan semua 36 komentar](#)



Data 2

Terjemahan Mesin

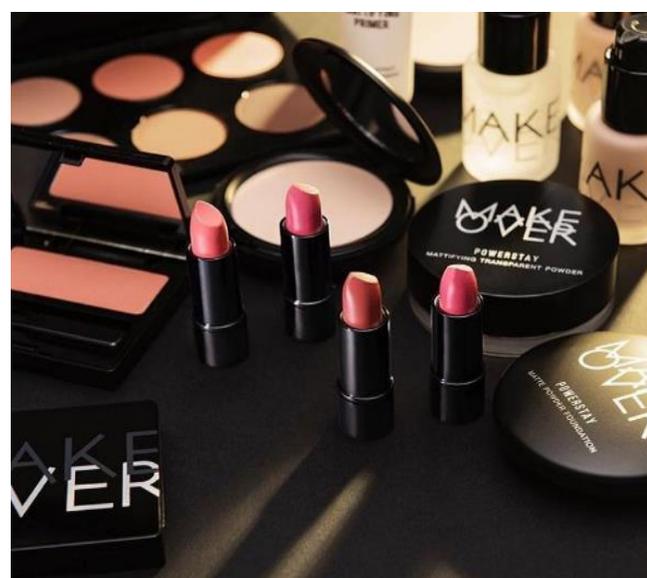


Disukai oleh **diana_widyarani** dan 2.780 lainnya

makeoverid Ombre, contour, solid bold, mono-colors, there are so many ways to express yourself through the color on your lips. Which one defines you the most, Gorgeous?



ata
3



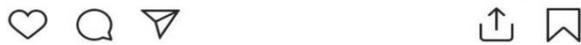
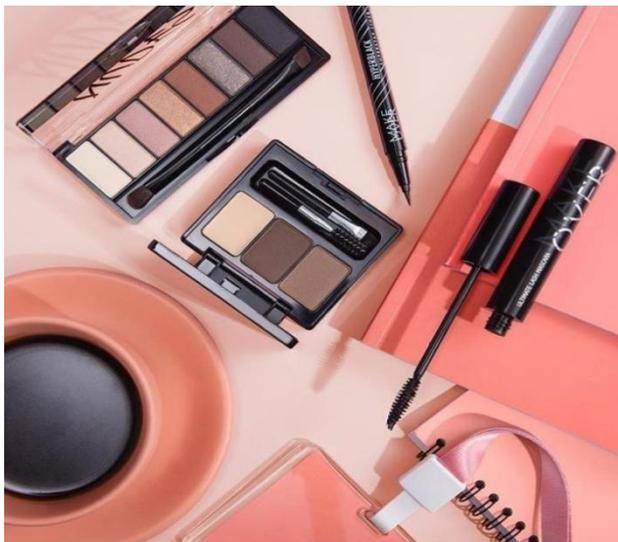
Disukai oleh **diana_widyarani** dan 2.781 lainnya

makeoverid Ombre, kontur, tebal tebal, mono-warna, ada begitu banyak cara untuk mengekspresikan diri melalui warna di bibir anda. Mana yang mendefinisikan kamu yang paling, cakepnya?



Terjemahan Mesin

Data 5



7.818 suka

makeoverid Set the bar high with eyes on fleek as you slay your working hours all day! Use Make Over



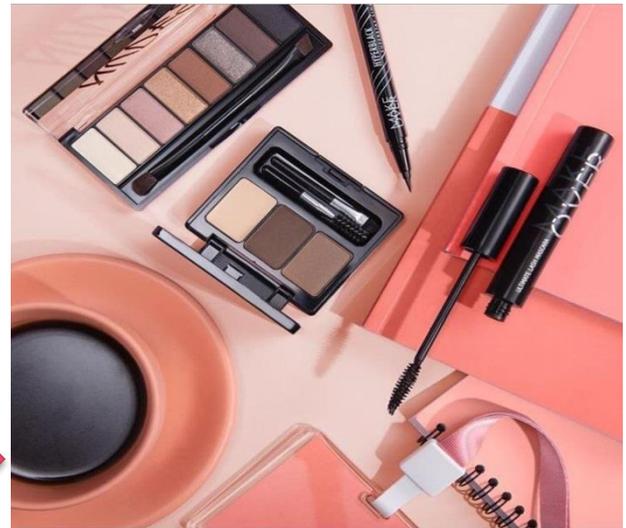
9.825 suka

makeoverid Work your complexion all day with the perfect combo of Make Over Powerstay Mattifying Transparent Powder, Hydration Serum, Highlight Contour Stick Duo and Ultra Cover Liquid Matt Foundation. Tell us what's your complexion secret Gorgeous!



Data 4

Terjemahan Mesin



7.822 suka

makeoverid Atur bar tinggi dengan mata pada sempurna saat anda membunuh jam kerja anda sepanjang hari! Gunakan make over alis definisi kit, ultimate lash mascara, bugil eyeshadow pelet dan hyperblack superstay liner untuk mata indah anda selalu dapat mengandalkan!



9.830 suka

makeoverid Bekerja kulit anda sepanjang hari dengan combo sempurna dari make over powerstay mattifying transparan bubuk, hidrasi serum, highlight & kontur tongkat duo dan ultra cover cair matt foundation. Beritahu kami apa rahasia kulit anda cantik!



Terjemahan Mesin



Disukai oleh **diana_widyarani** dan **5.547 lainnya**

makeoverid Shower me in a glitter, shower me in light, shower me in all that purple delight! Hear hear, we hear your wish loud and clear Gorgeous! Here some purple inspiration to end this delightful year, Make Over Intense Matte Lip Cream 020 "Style", Powder Eye Shadow "Purple Breeze", and Eyeliner Pencil "Posh Purple" !



Data 6



Disukai oleh **diana_widyarani** dan **5.559 lainnya**

makeoverid Mandi saya dalam kerlap-kerlip, mandi saya dalam cahaya, mandi saya di semua kesenangan ungu! Dengar dengar, kami mendengar keinginan anda keras dan jelas cantik! Berikut ini beberapa inspirasi ungu untuk mengakhiri tahun yang menyenangkan ini, membuat lebih intens matte lip cream 020 " gaya ", bubuk eye shadow " Purple Breeze ", dan eyeliner pensil " posh ungu "!

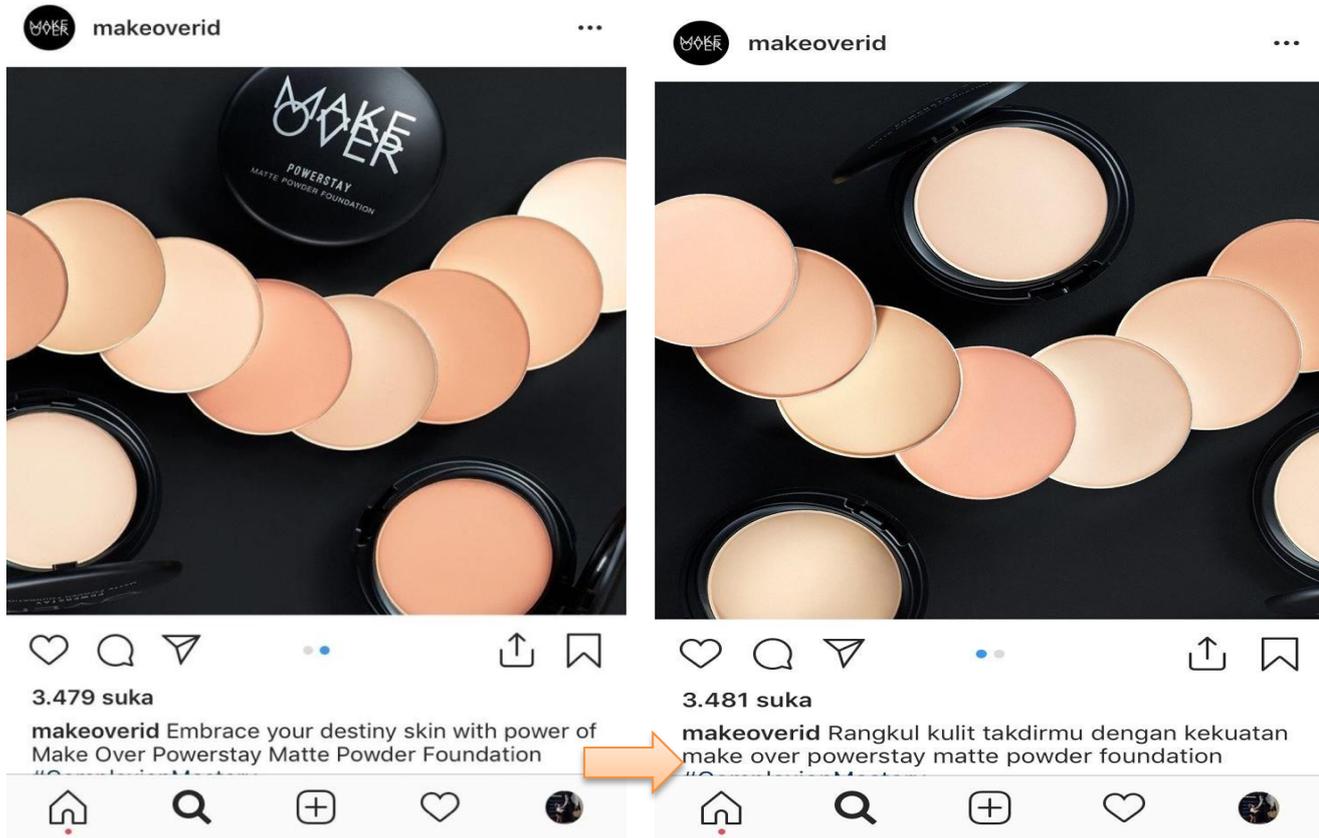


Terjemahan Mesin

Data 7



Terjemahan Mesin



Data 8

Terjemahan Mesin



Data 9

Terjemahan Mesin



Data 10



Terjemahan Mesin

Berdasarkan hasil tangkapan layar/ *screen shoot* iklan dan terjemahan aplikasi/ mesin pada akun instagram @makeoverid, berikut peneliti tampilkan bentuk penerjemahan bahasa iklan dari bahasa sumber (Bsu-Inggris) ke bahasa sasaran (Bsa-Indonesia) serta hasil terjemahan manusia (peneliti).

No Data	Bahasa Iklan (Bsu)	Terjemahan mesin/ aplikasi (Bsa)	Terjemahan manusia (peneliti)	Hasil Analisi
1	<i>By the way Gorgeous, do you know how to make your complexion to perfection? It's easy! Just use our Make Over Powerstay Mattifying Transparent Powder on top of our Powerstay Weightless Liquid Foundation and stay matte through out the day</i>	Ngomong-ngomong, kau tahu cara memanggang kulitmu dengan sempurna? ini mudah! gunakan saja kami di atas powerstay mattifying transparan bubuk di atas yayasan cair ringan ringan kami dan tetap mette melalui keluar hari.	Ngomong-ngomong, Cantik, tahukah Anda cara membuat kulit Anda sempurna? Mudah! cukup gunakan Bubuk Transparan Make Over Powerstay Mattifying kami dengan Powerstay Weightless Liquid Foundation dan tetap cantik sepanjang hari.	Berbagai kesalahan secara linguistik terjadi pada hasil terjemahan mesin/ aplikasi yang terlihat pada data 1. Pada terjemahan mesin, tidak terlihat ekspresi bahasa iklan yang menyapa dengan kata <i>Gergeous</i> pada Bsu 'cantik', kesalahan pemaknaan pengalihan bahsa pada penerjemahan 'kau tau cara memanggang kulitmu dengan sempurna?' yang pada maksud kalimat sebenarnya 'kau tau cara membuat kulitmu sempurna?' kesalahan lainnya adalah kata <i>foundation</i> pemindahan grammar utuh, sedangkan pada konteks iklan tersebut

				jenis produk atau yang dikenal sebagai pelapis bedak. Secara struktur kalimat dan pemaknaan utuh, terjemahan mesin pada iklan data 1 ini menjadikan pesan persuasif tidak tersampaikan dengan baik secara konteks dari Bsa ke Bsu.
2	<i>Get ready to edge 2018 and welcome 2019 in some fuschia zing. We highly recommend you to try these flatter fuschia babies; Make Over Intense Matte Lip Cream 001 "Lavish" & 002 "Heiress", also Ultra Hi-Matte Lipstick 007 "Think Pink"!</i>	Bersiap-siap untuk edge 2018 dan selamat datang 2019 dalam beberapa fuschia zing. Kami sangat menyarankan anda untuk mencoba ini menyanjung fuchia bayi; membuat lebih intens matte lip cream 001 "mewah" & 002 "ahli waris", juga ultra hi matte lipstick 007 "berpikir pink"!	Bersiaplah akhir 2018 dan selamat datang 2019 di beberapa fuschia zing. Kami sangat menyarankan Anda untuk mencoba fuschia; Make Over Intense Matte Lip Cream 001 "Mewah" & 002 "Heiress (ahli waris perempuan)", juga Lipstik Ultra Hi-Matte 007 "Think Pink/ berpikir merah muda!"	Pada data 2 secara harfiah penerjemahan peneliti memaknai bahasa iklan tersebut adalah mempersusif dengan saran penggunaan beberapa jenis lipstik dengan kemasan mewah, sebuah warisan untuk perempuan dan berpikir secerah merah muda. Dalam penerjemahan mesin pada data 2 ini, ada kata <i>edge edge</i> yang pada kamus berarti tepi/ akhir tidak diterjemahkan. Terdapat kata <i>to try these flatter fuschia babies</i> ; yang diterjemahkan utuh gramatikalnya, untuk mencoba ini menyanjung fuchia bayi; sehingga

				menciptakan pemaknaan berbeda pada bahasa iklan data 2 tersebut, yang maksudnya adalah saran untuk mencoba lipstik berwarna fusia yang lembut.
3	<i>Ombre, contour, solid bold, mono-colors, there are so many ways to express yourself through the color on your lips. Which one defines you the most, Gorgeous?</i>	Ombre, kontur, tebal tebal, mono-warna, ada begitu banyak cara untuk mengekspresikan diri melalui warna di bibir anda. Mana yang mendefinisikan kamu yang paling, cakepnya?	Ombre, kontur, tebal, satu-warna, ada banyak cara untuk mengekspresikan diri melalui warna di bibir Anda. Yang mana yang paling menjadikan Anda terlihat Cantik?	Pemidahan makna dari Bsu ke Bsa pada data 3 di samping menunjukkan terdapat kesalahan penerjemahan mesin aplikasi instagrama ini. Pada kata <i>mono-colors</i> , oleh mesin diterjemahkan tidak diterjemahkan oleh mesin, pada kata <i>defines</i> diterjemahkan mesin dengan makna asli 'definisi' sedangkan jika merujuk pada konteks kalimat persuasifnya mengarah pada makna 'membuat/ menjadikan. Terlihat jelas bahwa penerjemahan mesin belum mampu menerjemahkan konteks kalimat berdasarkan situasi kalimat pada konteks bahasa iklan tersebut.
4	<i>Work your complexion</i>	Bekerja kulit anda	Dengan kombo yang sempurna	Pada iklan data 4 di

	<p><i>all day with the perfect combo of Make Over Powerstay Mattifying Transparent Powder, Hydration Serum, Highlight & Contour Stick Duo and Ultra Cover Liquid Matt Foundation. Tell us what's your complexion secret Gorgeous!</i></p>	<p>sepanjang hari dengan combo sempurna dari make over powerstay mattifying transparan bubuk, hidrasi serum, highlight & kontur tongkat duo ultra cover cair matt foundation. Beritahu kami apa rahasia kulit anda cantik!</p>	<p>dari Make Over Powerstay Mattifying Transparent Powder, Hydration Serum, Highlight & Contour Stick Duo dan Ultra Cover Liquid Matt Foundation. Beritahu kami apa rahasia kulit Anda, Cantik!</p>	<p>samping pun menunjukkan kesalahan secara linguistik terhadap proses pemindahan dari Bsu ke Bsa. Secara konteks, peneliti menerjemahkan seperti terlihat pada kolom terjemahan peneliti. Terjemahan yang dilakukan aplikasi instagram beberapa nama produk dalam Bsu juga ikut diterjemahkan seperti <i>Transparent Powder</i>, kata <i>Stick Duo</i> diartikan secara gramatikal 'tongkat duo' kata <i>cover</i> yang juga merupakan bagian dari penamaan produk tersebut.</p>
5	<p><i>Set the bar high with eyes on fleek as you slay your working hours all day! Use Make Over Eyebrow Definition Kit, Ultimate Lash Mascara, Nudes Eyeshadow Palette and Hyperblack Superstay Liner for gorgeous eyes you can always count on!</i></p>	<p>Atur bar tinggi dengan mata pada sempurna saat anda membunuh jam kerja anda sepanjang hari! Gunakan make over alis definisi kitlack superstay liner , ultimate lash mascara, bugil eyeshadow pellet dan hyperblack</p>	<p>Gunakan Make Over Eyebrow Definition Kit, Ultimate Lash Mascara, Nudes Eyeshadow Palette dan Hyperblack Superstay Liner untuk mata cantik yang selalu dapat Anda andalkan!</p>	<p>Pada data 5 ini terjadi banyak kesalahan fatal hasil terjemahan mesin yang menjadikan bahasa iklan di samping tidak tersampaikan. Beberapa kesalahan fatal yang terjadi seperti pada kata <i>slay your working</i> diterjemahkan sebagai 'membunuh jam kerja' dan <i>Nudes</i> yang menunjukkan jenis warna pada konteks diartikan oleh mesin sebagai</p>

		<p>superstay liner untuk mata indah anda selalu dapat mengandalkan</p>		<p>'bugil'. Kerja mesin penerjemahan terlihat jelas bahwa, beberapa penamaan produk dengan Bsu oleh mesin ikut diterjemahkan, sehingga penyampaian tentang produk dan jenis-jenisnya tidak tersampaikan, bahkan merusak pemahaman pembaca terhadap maksud iklan tersebut.</p>
6	<p><i>Shower me in a glitter, shower me in light, shower me in all that purple delight! Hear hear, we hear your wish loud and clear Gorgeous! Here's some purple inspiration to end this delightful year, Make Over Intense Matte Lip Cream 020 "Style", Powder Eye Shadow "Purple Breeze", and Eyeliner Pencil "Posh Purple" !</i></p>	<p>Mandi saya dalam kerlap-kerlip, mandi saya dalam cahaya, mandi saya di semua kesenangan ungu!dengar, dengar, kami mendengar keinginan anda keras dan jelas cantik! Berikut ini beberapa inspirasi ungu untuk mengakhiri tahun yang menyenangkan ini, membuat lebih intens matte lip</p>	<p>Mandikan aku dengan gemerlap, mandikan aku dalam terang, mandikan aku dalam kesenangan ungu tersebut! Dengar, kami mendengar keinginan Anda sangat lantang dan jelas Cantik! Inilah beberapa inspirasi ungu untuk mengakhiri tahun yang menyenangkan, Make Over Intense Matte Lip Cream</p>	<p>Pada penerjemahan mesin data 6, masih dapat dipahami pesan iklan persuasif yang disampaikan bahwa make over mengerti keinginan konsumen terhadap inspirasi berbagai varian kosmetik berwarna warna ungu yang cantik serta pada akhir kalimat menampilkan nama-nama produk yang terlihat pada gambar. Hanya sedikit kesalahan yang terjadi, namun secara umum pesan iklan pada hasil terjemahan mesin data 6 dari Bsu ke Bsa dapat terpahami.</p>

		cream 020 “gaya” bubuk eye shadow “Purple Brezee”, dan eyeliner pensil “posh ungu”!	020 "Style", Bedak Pewarna Mata "Purple Breeze", dan Pensil Eyeliner "Posh Purple”!	
7	<i>Pink is the vibe of life itself. Make Over in pink and magenta is bound to wake up all of your best lip features.</i>	Pink adalah getaran kehidupan itu sendiri. Make over dalam pink dan magenta terikat untuk membangun semua fitur bibir terbaik anda.	Pink adalah getaran kehidupan itu sendiri. Make Over dalam warna pink dan magenta akan membuat semua fitur bibir terbaik Anda.	Pada data iklan no 7 ini, bahasa iklan yang digunakan cukup sederhana namun mempersuasif. Dihasilkan hasil terjemahan mesin yang mudah dipahami dan sesuai dengan konteks iklan serta penerjemahan peneliti.
8	<i>Embrace your destiny skin with power of Make Over Powerstay Matte Powder Foundation.</i>	Rangkul kulit takdirmu dengan kekuatan make over powerstay matte powder foundation	Dekap takdir kulit Anda dengan kekuatan Make Over Powerstay Matte Powder Foundation.	Pada data 8 ini, sedikit kata-kata namun begitu mempersuasif pembaca. Penerjemahan aplikasi instgram terlihat tidak jaih berbeda dengan yang dilakukan peneliti. Hanya terdapat sedikit kesalahan struktur kalimat <i>Embrace your destiny</i> diartikan rangkul kulit takdirmu, jika melihat konteks kalimat

				tersebut, peneliti menerjemahkan dengan ‘dekup kulit takdir anda’ terdapat sedikit perbedaan struktur kalimat antara terjemahan yang dilakukan mesin dan yang dilakukan peneliti.
9	The glow won't stop anytime soon! Dust on Make Over Shimmering powder "Goldinx" on your cheek bones and swipe Liquid Lip Color "Hazelnut" on your lips for a total glowing look!	Cahaya tidak akan berhenti dalam waktu dekat! Debu di make over kilau bubuk “goldinx” di tulang pipi anda dan usapan warna bibir cair “hazelnut” di bibir anda untuk tampilan total glowing	Cahaya tidak akan berhenti dalam waktu dekat! Debu pada bedak Make Over Shimmering "Goldinx" pada tulang pipi Anda dan olesi Liquid Lip Color "Hazelnut" di bibir Anda untuk mendapatkan tampilan bercahaya total!	Kesalahan terjemahan mesin pada data 9 ini terdapat penerjemahan ‘debu di make over’ yang pemaknaan secara konteksnya adalah buka debu pada make over, namun pada wajah yang dapat diatasi dengan bedak produk yang diiklankan. Pada kalimat akhir, <i>glowing</i> tidak diterjemahkan oleh mesin, yang dalam konteks kalimat tersebut mengartikan tampilan yang bercahaya/ berkilau total.

10	<p><i>The red fever is becoming the talk of the town. Make Over red lip colors is guaranteed to make you the most wanted hot topic.</i></p>	<p>Demam merah menjadi pembicaraan kota. Buat lebih dari warna bibir merah dijamin membuatmu menjadi topik panas yang paling dicari</p>	<p>Demam warna merah menjadi pembicaraan di kota. Warna bibir merah Make Over dijamin membuat kamu menjadi topik hangat yang paling dicari.</p>	<p>Pada data 10 ini kalimat iklan sederhana dan mudah dipahami. Pada hasil terjemahan mesin pun mudah untuk dimengerti pemaknaanya, secara struktur gramtikalnya pun pesan iklan dapat tersampaikan dengan baik, hanya terdapat beberapa perbedaan terjemahan yang tidak menunjukkan kesalahan secara pemaknaan, seperti pada penerjemahan mesin <i>hot topic</i> diartikan sebagai ‘topik panas’ oleh peneliti dipadankan dengan kata ‘hangat’ karena merujuk kepada konteks bahasa iklan tersebut.</p>
----	---	---	---	--

Simpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data didapat sebanyak 10 data iklan dari akun instagram *Make Over Cosmetic @makeoverid*. Data iklan yang diperoleh, kemudian dianalisis. Berdasarkan bahasa iklan (Bsu-Inggris) dan (Bsa-Indonesia) peneliti melakukan perbandingan secara linguistik terhadap hasil terjemahan mesin yang tersedia di aplikasi instagram dengan hasil terjemahan manusia (peneliti).

Dari hasil analisis 10 data bahasa iklan pada akun instagram, *@makeoverid* terdapat berbagai kesalahan yang dilakukan mesin penerjemahan aplikasi

instagram. Sehingga tak jarang hasil terjemahannya tidak berterima karena banyak kata-kata yang tidak sesuai konteks, bahkan menyesatkan pembaca. Penerjemahan yang dilakukan oleh mesin penerjemahan semata-mata melakukan pengalihan kata, tetapi tidak mengungkapkan pesan yang ada dibalik ungkapan kata-kata iklan yang menggunakan berbagai gaya bahasa persuasif. Banyak kesalahan pemaknaan yang terjadi dan berakibat buruk pada pemaknaan bahasa iklan yang seharusnya. Kesalahan umum yang muncul adalah pada penamaan produk yang menggunakan Bsa, struktur, serta konteks bahasa iklan tersebut.

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa penerjemahan mesin masih terfokus pada faktor intertekstual, seperti leksikal dan gramatikal. Sementara faktor ekstratekstual (misalnya konteks teks, buday dari pembaca) belum masuk dalam pertimbangan proses penerjemahan mesin/komputer. Hal inilah yang menjadi sumber kesalahan dalam mesin penerjemahan.

Mesin terjemahan mampu menjawab kebutuhan masyarakat, yaitu mampu menghasilkan terjemahan dalam waktu cepat, satu detik per halaman bahkan lebih, yang tidak bisa dilakukan manusia. Terjemahan manusia memang lambat, tetapi kualitasnya lebih terjamin meskipun belum sempurna.

Daftar Pustaka

- Arnold, D. 1994. *Machine Translation: an introductory guide*. Blackwell Pub.
- Ellis Horwood, , .: 1986. *Series in Computers and Their Applications*. Chichester (UK): Ellis Horwood Press.
- Emzir. 2015. *Teori Dan Pengajaran Penerjemahan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Goutte, C. C. 2009. *Learning machine translation*. London: MIT Press.
- Hutchin, W. J. 1982. *The Evolution of Machine Translation System, Practical Experience of Machine Translation: Proceedings Of A Conference*. London, Amsterdam: Nort-Holland Publishing Company.
- Marta, R. C.-j. 2016. *Hybrid Approaches to Machine Translation*. Switzerland: Springer.
- Nirenburg, S. S. 2003. *Readings in machine translation*. London: England: MIT Press.

Diego Moussallem, Matthias Wauer, Axel-Cyrille Ngonga Ngomo. 2018. *Machine translation using semantic web technologies: A Survey. Journal of Web Semantics.* <https://doi.org/10.1016/j.websem.2018.07.001> (diakses pada 10 Januari 2019).

Sergei Nirenburg, Yorik Wilks. 2000. *Mechine Translation. Advances in Computers.* [https://doi.org/10.1016/S0065-2458\(00\)80018-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2458(00)80018-2) (diakses pada 10 Januari 2019).

Win Pa Pa, Ye Kyaw Thu, Andrew Finch. 2016. *A Study of Statistical Machine Translation Methods for Under Resourced Languages. Procedia Computer Science 8.* <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> (diakses pada 10 Januari 2019).

Francisco Guzman, Shafiq Joty, Lluís Marquez. 2017. *Machine Translation Evaluation with Neural Networks. Computer Speech & Language.* <https://doi.org/10.1016/j.csl.2016.12.005>(diakses pada 10 Januari 2019).

Caglar Gulcehre, Orhan Firat, Kelvin Xu. 2017. *On Integrating a Language Model Into Neural Machine Translation. Computer Speech & Language.* <https://doi.org/10.1016/j.csl.2017.01.0154>(diakses pada 10 Januari 2019).

<https://www.liputan6.com/tekno/read/2538092/instagram-luncurkan-fitur-penerjemah-bahasa-asing>
https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan_media
https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan_media