

NAWALA_{HPI}

PUBLIKASI RESMI HIMPUNAN PENERJEMAH INDONESIA | JULI - OKTOBER 2020 | ED. 3, VOL. 1

JUGA DI EDISI INI

**Kunci Utama
Keberhasilan Juru
Bahasa** HALAMAN 4

Ki Silat HALAMAN 8

Tanya Jawab HALAMAN 28

LIPUTAN UTAMA

PAKAI HATI



Rekan-rekan anggota HPI yang terhormat,

Semoga Anda dalam keadaan sehat dan tetap bersemangat.

Saya menyambut dengan gembira kehadiran NawalaHPI sebagai tambahan ragam saluran komunikasi dan sarana pengagihan konten yang berguna bagi pengembangan kapasitas keprofesian para anggota HPI. Ini merupakan wujud dari komitmen Badan Pengurus dalam menyampaikan nilai dan manfaat keanggotaan kepada seluruh anggota HPI.

Rekan-rekan, sejak awal menerima mandat kepemimpinan organisasi dari Kongres XIII Himpunan Penerjemah Indonesia, Badan Pengurus telah berupaya menjalankan salah satu prioritas kerjanya: memastikan kesehatan arus kas organisasi. Upaya ini telah membuahkan hasil yang menggembirakan. Sebagai Bendahara Umum, dalam kesempatan kali ini saya ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya serta rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua anggota HPI yang telah menunaikan kewajiban pelunasan iuran tahunan.

Sebagai sebuah organisasi nirlaba, HPI mengandalkan iuran keanggotaan tahunan sebagai sumber pendanaan seluruh program kerja dan kebutuhan kelembagaan lainnya. Sebagai anggota suatu organisasi profesi kiranya kita semua bisa sama-sama menyadari bahwa pembayaran iuran keanggotaan tahunan adalah tanggung jawab minimal kita sebagai anggota organisasi. Dana iuran yang kita bayarkan pada akhirnya akan kita terima kembali dalam bentuk aneka manfaat keanggotaan, termasuk, di antaranya, NawalaHPI yang sedang Anda baca ini.

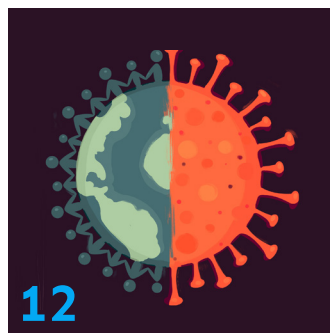
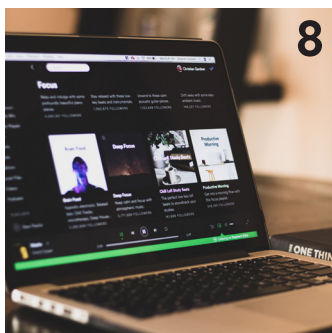
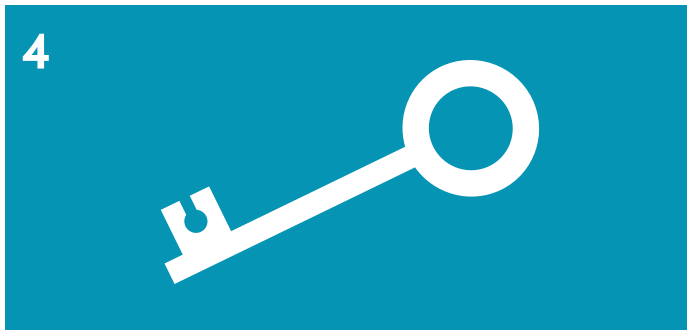
Sekali lagi, saya mengucapkan terima kasih atas komitmen dan kontribusi aktif para anggota dalam memastikan kelancaran jalannya roda program organisasi yang sama-sama kita cintai ini.

Selamat membaca dan menikmati muatan informatif dan edukatif dalam NawalaHPI Edisi Ketiga.

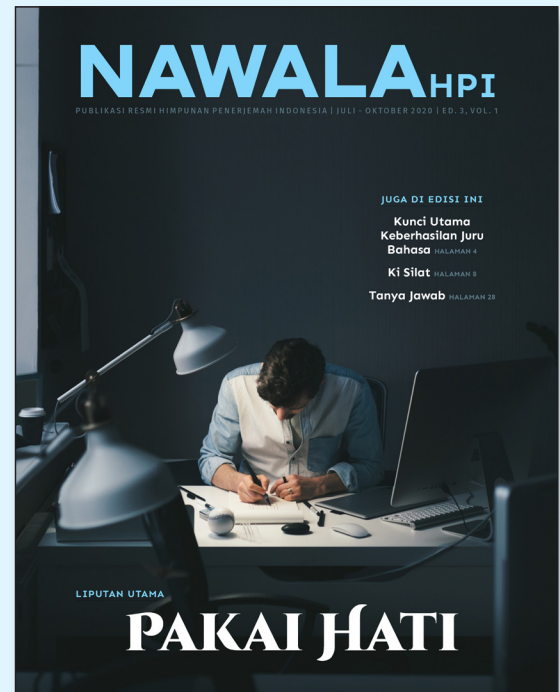
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nandra Pramudita'. The signature is stylized and cursive.

Nandra Pramudita
Bendahara Umum

Daftar isi



- 4** Integritas: Kunci Utama Keberhasilan Juru Bahasa
- 12** Hari Penerjemahan Internasional 2020
- 19** Pakai Hati: Pemasaran yang Manusiawi agar Klien Merasa Spesial



RUBRIK TETAP

- 1 Prawacana
- 11 Kabar Kilas
- 8 Ki Silat
- 13 Sorot Kegiatan
- 28 Tanya Jawab

LIPUTAN UTAMA

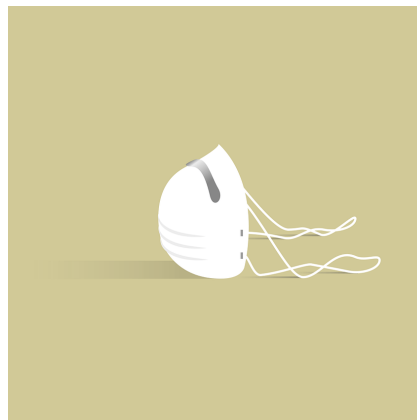
- 19 Pakai Hati

Kunjungi situs web HPI

Situs web hpi.or.id adalah saluran resmi komunikasi publik Himpunan Penerjemah Indonesia (HPI). Kenali HPI lebih dekat dengan membaca sejarah pendiriannya dan mengenal unsur-unsur Badan Pengurus di level pusat dan Komisariat Daerah (Komda). Dapatkan konten terbaru, baik yang bersifat informatif maupun aplikatif, di laman blog. Pantau jadwal acara HPI di laman kegiatan dan dapatkan akses ke direktori anggota dan penerjemah serta juru bahasa bersertifikat HPI. Semua informasi mengenai HPI tersedia secara daring di situs webnya.

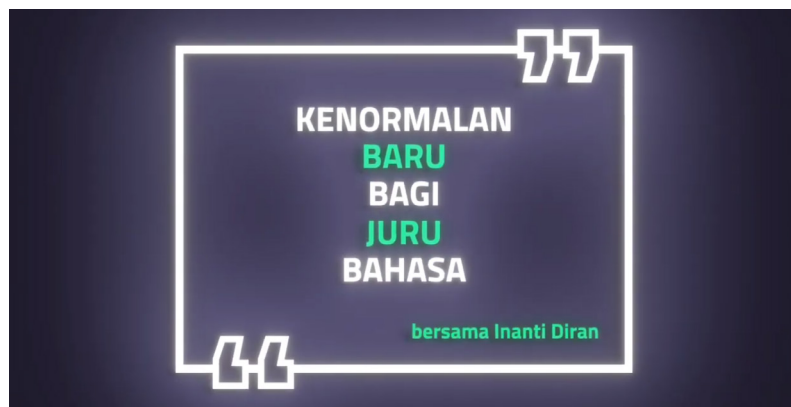
BACA ►

Dikarenakan situasi pandemi COVID-19, TSN HPI 2020 untuk Penerjemah, yang rencananya akan diadakan pada 18 April 2020 di Jakarta dan Malang, terpaksa ditunda sampai dengan waktu yang akan ditetapkan kemudian. Baca pengumumannya di Blog HPI, [Pengunduran Jadwal TSN HPI 2020 untuk Penerjemah](#).



TONTON ►

Kanal YouTube Himpunan Penerjemah Indonesia terus dikembangkan untuk menjadi ruang belajar lewat video bagi anggota HPI dan khalayak umum.



Tonton konten terbaru [Kenormalan Baru bagi Juru Bahasa](#) yang menghadirkan Ibu Inanti P. Diran, anggota KKS HPI dan juru bahasa konferensi kawakan, sebagai narasumbernya.

PEMIMPIN REDAKSI: WAHYU GINTING

REDAKTUR: LUCIA ARYANI

REDAKTUR: NUR SAPTANINGSIH

PENGARAH ARTISTIK: JESSICA SETYADI

Pengurus Inti HPI

KETUA UMUM: Indra Listyo

WAKIL KETUA UMUM: Wahyu Ginting

SEKRETARIS UMUM: Anna Wiksmadhara

WAKIL SEKRETARIS UMUM: Lucia Aryani

BENDAHARA UMUM: Naindra Pramudita

WAKIL BENDAHARA UMUM: Siti RK Taqqiyah

Hubungi Redaksi:

POS: Jalan Jombor Baru, No. 4, 10/04, Gondangwaras,
Sendangadi, Mlati, Sleman, DI Yogyakarta, 55285

TELEPON: +62 82165439527

SUREL: nawala@hpi.or.id

NawalaHPI diterbitkan tiga bulan sekali oleh Himpunan Penerjemah Indonesia, Jalan Ciputat Raya No. 6, 002/02, Pondok Pinang, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12310, Indonesia, sebagai publikasi resmi elektronik khusus anggota.

© 2020 Himpunan Penerjemah Indonesia

NawalaHPI diterbitkan sebagai layanan keanggotaan yang bersifat mendidik dan informatif oleh Himpunan Penerjemah Indonesia (HPI). Redaksi NawalaHPI telah berusaha semaksimal mungkin untuk memastikan ketepatan dan kesesuaian data, informasi, analisis, dan rekomendasi yang mungkin muncul dalam setiap artikelnya. Perlu diterangkan di sini bahwa HPI tidak menjamin ketepatan dan kesesuaian tersebut.

NawalaHPI terbit sebagai publikasi elektronik yang dipasang di sebuah platform *flipbook* daring, paperturn.com. Untuk saat ini, edisi cetak tidak tersedia.

Baca NawalaHPI secara daring dan gratis di laman <https://www.hpi.or.id/nawalahpi>.



INTEGRITAS: KUNCI UTAMA KEBERHASILAN JURU BAHASA

oleh Inanti P. Diran

Saat ini, profesi juru bahasa telah menjadi salah satu profesi yang banyak diminati. Dengan bekal kefasihan dalam berbahasa asing, tidak sedikit orang yang memutuskan untuk terjun ke bidang ini. Tetapi, apakah semudah itu menjadi seorang juru bahasa? Apakah semua orang memiliki kemampuan untuk menjadi juru bahasa? Apakah kefasihan berbahasa asing saja sudah cukup?

Ada banyak persepsi yang muncul terkait profesi ini, salah satunya: asal seseorang bisa berbahasa asing, orang tersebut tentu bisa menjadi juru bahasa. Persepsi ini tentu sangat tidak tepat, tidak pantas, dan justru merendahkan dan menganggap enteng profesi juru bahasa. Juru bahasa bukanlah profesi yang dilandasi oleh kefasihan berbahasa asing semata, dan profesi ini juga tidak bisa mengandalkan bakat saja. Pada hakikatnya, menjadi juru bahasa itu bukan sekedar nyemplung dengan penuh percaya diri atau menggunakan cara “tandem” dengan juru bahasa yang “lebih senior” terlebih dahulu, kemudian berharap semua berjalan dengan sendirinya. Dibutuhkan lebih dari itu untuk

bisa menjadi juru bahasa yang andal dan mumpuni.

Dalam video peringatan 100 tahun profesi juru bahasa konferensi yang dibuat oleh AIIC, (*International Association of Conference Interpreters*) organisasi profesi juru bahasa internasional yang bermarkas di Jenewa, Swiss, disebutkan bahwa “*Interpreters are made, not born*”. Dengan kata lain, tidak ada orang yang terlahir sebagai juru bahasa. Tentu ini bukan berarti tidak ada orang yang memang memiliki bakat untuk menjadi juru bahasa. Ada, tetapi pasti jumlahnya sangat sedikit, bahkan bisa dikatakan langka.

Juru bahasa adalah sebuah profesi yang sudah mendapat pengakuan dunia. Profesi ini bisa disejajarkan dengan profesi-profesi lain yang sudah terlebih dahulu dikenal, seperti pengacara, dokter, dan insinyur yang membutuhkan keterampilan dan kemahiran khusus. Dan, selayaknya profesi lain, kemahiran dan kompetensi juru bahasa harus dipelajari, dibentuk, diasah.

Robbin Setton & Andrew Dawrant (2016) menjelaskan apa saja yang dibutuhkan untuk menjadi seorang

juru bahasa profesional. Dengan menggunakan bentuk piramida, disebutkan ada empat hal utama yang mendasari profesionalisme seorang juru bahasa, yaitu Bahasa (*Language*), Pengetahuan (*Knowledge*), Keterampilan (*Skill*), dan Perilaku Profesional (*Professionalism*). Sudah banyak pembahasan mengenai bahasa, pengetahuan, dan teknik penjurubahasaan, termasuk proses kognitif yang diperlukan. Artikel ini tidak akan membahas hal-hal tersebut.

Lalu, bagaimana dengan perilaku profesional dan integritas seorang juru bahasa?

SIKAP, PERILAKU, INTEGRITAS

Secara garis besar dapat dikatakan bahwa keberhasilan seorang juru bahasa tidak hanya dilihat dari kefasihan bahasanya, yang mungkin bisa dikatakan *near-native*, ataupun kepiawaiannya dalam menjurubahasakan setiap pembahasan secara akurat, tetapi juga dari sikap, perilaku, dan integritasnya. Sebagaimana profesi lain, juru bahasa juga diikat oleh berbagai ketentuan yang berhubungan erat dengan perilaku dan etika demi menjaga integritas, kepercayaan, dan kualitas layanan yang diberikan.

Ketentuan-ketentuan yang mengikat seorang juru bahasa tercantum di dalam kode etik juru bahasa yang dikeluarkan oleh organisasi profesi resmi, antara lain, AIIC, AUSIT (Australian Institute of Interpreters and Translators), ATA (American Translators Association), dan tentunya AICI (Perkumpulan Juru Bahasa Konfrensi Indonesia). Kode etik juru bahasa pada umumnya mencakup hal-hal yang berkaitan dengan kerahasiaan, ketidakberpihakan, kompetensi, batasan peran, dan menjaga solidaritas. Lebih jauh lagi, ada juga ketentuan yang menyatakan bahwa juru bahasa juga harus memahami dan mematuhi norma, aturan, dan standar yang berlaku di tempat mereka bekerja.

ERA DIGITAL – TANTANGAN BAGI INTEGRITAS

Sebagaimana kita ketahui, di era digital saat ini, pertukaran dan penyebarluasan informasi berlang-

sung dengan cepat. Hal-hal yang dahulu masih dapat dibendung kini dengan mudahnya menjadi konsumsi publik dalam hitungan detik, seolah-olah tidak ada lagi yang dapat, perlu, dan boleh dirahasiakan. Namun, sebagaimana seorang pengacara yang wajib menjaga kerahasiaan klien, atau dokter yang tidak boleh membuka informasi kondisi kesehatan pasien kepada pihak lain, juru bahasa juga terikat dengan pedoman kerahasiaan ini. Sebagai “mediator bahasa”, juru bahasa banyak mendengar, mengetahui, atau bahkan melihat hal-hal yang sifatnya tertutup, dan bahkan mungkin rahasia karena akan berdampak luas bila-mana diketahui oleh umum. Oleh sebab itu, juru bahasa tidak boleh membeberkan apa yang mereka ketahui saat mereka bekerja ke pihak lain, meskipun pertemuan tersebut bersifat terbuka.

Pembeberan informasi ini tidak hanya berlaku dalam konteks media massa atau pihak ketiga yang memiliki kepentingan dengan hasil pembahasan, tetapi juga dalam konteks memasang informasi apa pun di media sosial mengenai hal yang dikerjakan. Mungkin terdengar remeh, dan mengada-ada, apalagi media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan. Menurut ketentuan yang berlaku, bahkan memasang foto, tangkap layar, salindia, dokumen, ruangan kerja, delegasi, bahkan nama dan jabatan pihak-pihak yang terlibat dalam pertemuan, termasuk nama klien yang memberi pekerjaan adalah pelanggaran berat terhadap ketentuan mengenai kerahasiaan yang mengikat juru bahasa.

TENTANG KETIDAKBERPIHAKAN

Hal lain yang mengikat juru bahasa adalah masalah ketidakberpihakan atau imparsialitas. Seorang juru bahasa tidak boleh berpihak pada pihak mana pun saat bekerja, meskipun juru bahasa tersebut secara profesional ataupun emosional memiliki kedekatan khusus dengan salah satu pihak yang terlibat. Ketentuan ini dibuat untuk memastikan bahwa “pesan” yang disampaikan oleh juru bahasa akurat dan tepat, tanpa pengurangan ataupun penambahan informasi.



Juru bahasa harus menyampaikan pesan pembicara apa adanya dan sebagaimana adanya. Dengan bersikap tidak berpihak, juru bahasa akan berada pada posisi yang aman bilamana terjadi suatu kesalahpahaman atau insiden diplomatik. Sebagaimana dikatakan oleh Claudia Monacelli (2009), “Bilamana terjadi kesalahan dan kesalahpahaman ataupun insiden diplomatik, yang akan disalahkan adalah juru bahasanya.”

TENTANG KOMPETENSI

Hal terpenting lainnya adalah masalah kompetensi. Juru bahasa hanya boleh melakukan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi mereka, misalnya, yang berkaitan dengan bahasa kerja. Bilamana bahasa kerja juru bahasa adalah bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, juru bahasa hanya boleh menggunakan bahasa kerja mereka dalam melakukan pekerjaan, tidak boleh beralih ke bahasa lain yang mungkin dipahami, tetapi tidak dikuasai secara penuh dan aktif, misalnya, bahasa Inggris ke bahasa Spanyol dan sebaliknya.

Urusan bahasa ini kerap menjadi perdebatan. Namun, sadarilah bahwa jika juru bahasa melakukan

tugas ke dalam bahasa yang bukan bahasa kerja resminya, pesan yang akan tersampaikan mungkin hanya setengah, atau bahkan kurang dari itu. Sisanya... *lost in translation*. Ditambah lagi beban kognitif yang harus dipikul oleh juru bahasa jika mereka harus bekerja ke dalam bahasa yang mungkin bukan bahasa aktif mereka.

AWAS ADA (PE)RANGKAP!

Juru bahasa juga harus mampu menentukan batasan-batasan atas perannya. Artinya, juru bahasa tidak boleh bekerja rangkap, misalnya sebagai juru bahasa sekaligus notulen, atau bilamana juru bahasa adalah seorang pegawai negeri, sekaligus sebagai asisten pribadi/ajudan.

Tugas juru bahasa sudah cukup berat, secara mental dan fisik. Tidak mudah menjaga konsentrasi penuh untuk memastikan pesan dari ujaran yang disampaikan pembicara dapat diproduksi ulang dan disampaikan ke dalam bahasa pendengar, apalagi jika itu berlangsung seharian penuh. Pahamiilah, juru bahasa adalah sebuah profesi resmi, dan bukan sekedar “pekerjaan” yang bisa dilakukan sambil merangkap pekerjaan lain.

SOLID KARENA SOLIDARITAS

Tidak kalah penting adalah menjaga solidaritas. Sebagai juru bahasa kita harus mampu bekerja sama dan menjaga hubungan baik dengan semua juru bahasa untuk memperluas jaringan, meningkatkan wawasan, keterampilan, menambah pengalaman dan rasa kebersamaan. Tidak boleh ada unsur “ego kelompok”.

Sadarilah, juru bahasa bekerja berdasarkan jejaring, referensi dan dari mulut ke mulut. Seorang calon klien tidak akan memikirkan apakah juru bahasa itu dari kubu dengan pandangan A atau dari kelompok B. Yang mereka cari adalah juru bahasa yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan mereka, dan itu bisa siapa saja.

DI MANA BUMI DIPIJAK...

Hal terakhir yang juga harus diperhatikan oleh juru bahasa adalah memahami standar, aturan, dan norma yang berlaku di tempat juru bahasa bekerja. Artinya apa? Bilamana juru bahasa bekerja dalam suasana resmi, kenakanlah pakaian yang resmi dan sesuai. Bersikaplah profesional. Bilamana juru bahasa tidak boleh “bergaul dan bertemu” dengan delegasi, meskipun delegasi tersebut adalah seorang sahabat atau kerabat, dan harus berada di tempat yang terpisah serta tidak boleh ikut menikmati makanan yang disediakan khusus untuk peserta, terimalah. Dan, bilamana norma yang berlaku dalam suatu wilayah mewajibkan semua orang untuk mematuhi, patuhilah. Juru bahasa harus mampu bersikap adaptif dan bisa menyesuaikan diri dengan situasi, adat, tradisi, standar, dan keadaan.

Bilamana juru bahasa mampu memenuhi semua hal yang disebutkan di atas, tentu juru bahasa tersebut bisa dianggap sebagai juru bahasa yang berintegritas tinggi, layak “naik peringkat” ke tahapan yang lebih luas dan berskala internasional, dan tentunya ber-

tahan lama dalam industri ini. Juru bahasa yang berintegritas adalah juru bahasa yang mampu mengerjakan tugas dengan kualitas tinggi sekaligus menjaga sikap profesional mereka. Itulah integritas!

Jadilah juru bahasa yang berintegritas, dan teruslah berkembang. Jangan pernah meragukan pentingnya peran organisasi profesi, dalam hal ini HPI dan AICI. Karena dengan menjadi anggota dari organisasi profesi, kepentingan dan kebutuhan juru bahasa akan tetap terjaga dan terlindungi; integritas juru bahasa pun dapat diakui.

Inanti P. Diran adalah juru bahasa konferensi, anggota HPI selama 14 tahun, anggota AICI, anggota AIIC, dan saat ini menjabat sebagai anggota Kompetensi dan Sertifikasi HPI.





Ki Silat

Kiat, Aplikasi, dan Alat

TAMBAHKAN BAHASA KITA KE zoom

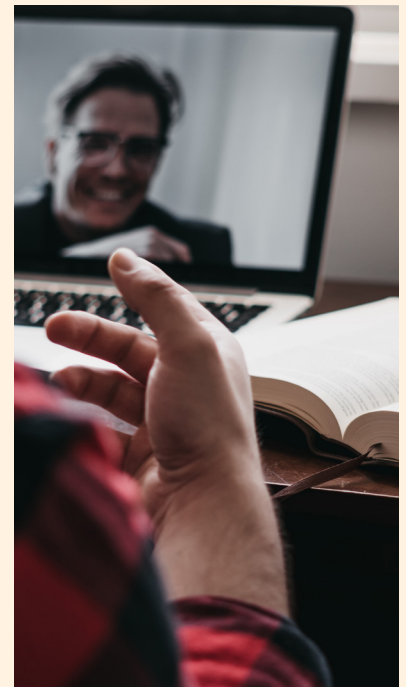
Saat menjadi juru bahasa simultan jarak jauh dalam pertemuan virtual yang menggunakan platform Zoom, mungkin Anda pernah mengalami ini: panitia menugasi Anda dengan bahasa sasaran bukan bahasa Indonesia, padahal Anda menjurubahasakan pertemuan tersebut ke arah bahasa Indonesia.

Mungkin pasangan bahasanya adalah 'English - Japanese' atau 'Chinese - Russian', dan panitia acara pun mengingatkan peserta rapat bahwa, jika ingin mendengarkan rapat dalam bahasa Indonesia, mereka perlu memilih saluran penjurubahasaan ke 'Japanese' atau 'Russian'. Instruksi ini sering pula disertai dengan informasi bahwa, hingga saat ini, Zoom belum menyediakan 'Bahasa Indonesia' sebagai salah satu bahasa dalam fitur penjurubahasaan terpadunya.

Bagi peserta pertemuan, khususnya yang belum terbiasa dengan platform Zoom, hal ini boleh jadi membingungkan. Memang, akan lebih intuitif jika tersedia opsi 'Bahasa Indonesia', terutama bila komunikasi di dalam rapat bersifat interaktif, yang membuat peserta (dan juru bahasa) perlu berulang-alik dalam pasangan bahasanya.

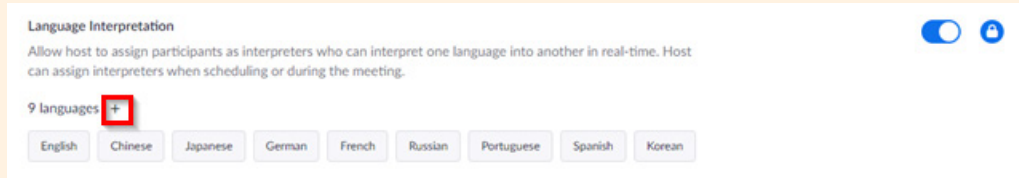
Kabar baiknya, Zoom sebenarnya sudah menyediakan solusi untuk masalah ini! Sudah ada fungsi untuk menambahkan bahasa selain 9 bahasa bawaan di dalam platform Zoom. Sebelum masuk ke langkah-langkahnya, perhatikan bahwa ada prasyarat yang mesti terpenuhi sebelum fungsi ini dapat diaktifkan:

1. Akun Zoom haruslah berstatus akun 'Business', 'Education', atau 'Enterprise'; atau telah diberi layanan pengaya 'Webinar',
2. Rapat dibuat dengan ID rapat yang dimunculkan secara otomatis,
3. Untuk aplikasi Zoom di *desktop*, versi yang digunakan adalah versi 5.2.1 (44052.0816) atau lebih tinggi (untuk Windows) dan 5.2.1 (44040.0816) atau lebih tinggi (untuk macOS).
4. Untuk aplikasi *mobile* Zoom, versi yang digunakan adalah versi 5.2.1 (44042.0816) atau lebih tinggi (untuk Android) dan 5.2.1 (44038.0816) atau lebih tinggi (untuk iOS).

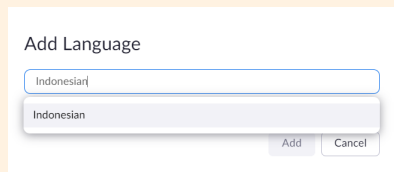


Nah, berikut ini langkah-langkah untuk menambahkan bahasa selain 9 bahasa bawaan di platform Zoom:

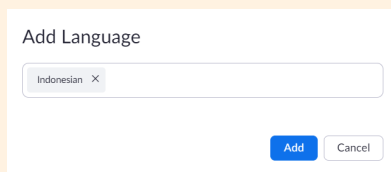
1. Setelah masuk ke portal web Zoom, klik 'Settings'.
2. Jika belum aktif, aktifkan 'Language Interpretation' pada bagian 'In Meeting (Advanced)'.
3. Setelah itu, 9 bahasa bawaan akan muncul.
4. Klik simbol tambah (+) untuk menambahkan bahasa lain.



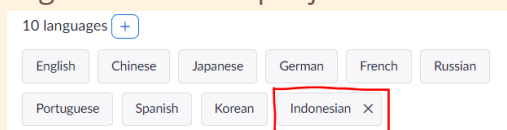
5. Ketik nama bahasa yang hendak ditambahkan.



6. Klik bahasa tersebut dari daftar tarik turun.



7. Perhatikan bahwa Zoom menetapkan nama-nama bahasa di dalam daftar tarik turun ini dalam bahasa Inggris. Karena itu, jika ingin menambahkan bahasa Jawa, ketik 'Javanese', dan jika ingin menambahkan bahasa Indonesia, ketik 'Indonesian'. Ki Silat mendapati bahwa jika pola ini tidak diikuti, misalnya kita mengetik dan menambahkan 'Bahasa Indonesia', ada kalanya opsi ini tidak muncul di aplikasi Zoom peserta.
8. Setelah ditambahkan, bahasa lain tersebut akan berada dalam daftar bahasa pilihan yang dapat digunakan dalam penjurubahasaan.

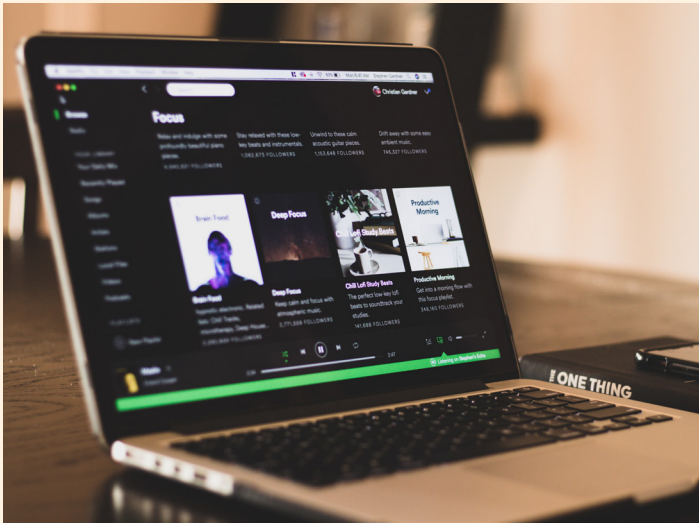


9. Perhatikan bahwa hanya 5 bahasa lain (di luar 9 bahasa bawaan) saja yang dapat digunakan secara bersamaan dalam pertemuan atau webinar di Zoom.
10. Baca artikel lebih lengkap mengenai fitur penjurubahasaan Zoom melalui tautan <https://rebrand.ly/TambahBahasaZoom>.

Akan bermanfaat bagi semua pihak jika informasi ini Anda sampaikan kepada panitia acara. Selamat mencoba!

MUSIK PENJAGA FOKUS

Walau tidak berlaku untuk semua orang, musik dapat membantu kita untuk membangun pemusatan perhatian bilamana dibutuhkan. Salah satu aplikasi populer untuk mendengarkan musik adalah **Spotify**. Menariknya, Spotify memudahkan akses para pengguna ke berbagai daftar putar pilihan dengan sistem kategorisasi yang beraneka.



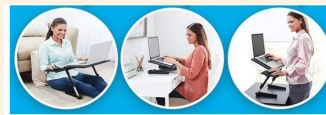
Cukup ketik kata kunci yang diinginkan pada ruas penelusuran untuk menjelajahi ragam pilihan daftar putar yang Anda minati. Untuk fokus dan konsentrasi, coba daftar putar '**Deep Focus**' atau '**Focus Music**'. Aplikasi ini tersedia dalam format *desktop* dan *mobile*. Gratis, dengan opsi langganan berbayar. spotify.com.

JANGAN LUPA BERDIRI

Penerjemah adalah pekerja profesional 'belakang panggung' tetapi hampir selalu berada 'di depan layar'. Yap, Anda pasti paham maksudnya: tekun di depan monitor, dalam posisi duduk. Seringnya, keterserapan penuh pada pekerjaan membuat kita lupa untuk mengubah sikap dan posisi tubuh. Terlalu lama duduk, tidak perlu dibahas lagi apa akibatnya.

Berdiri dapat menjadi sikap tubuh alternatif saat mengetik. Selain mencegah sakit otot akibat terlalu lama duduk, mengetikkan terjemahan sambil berdiri juga dapat menunjang konsentrasi karena otak mendapat sinyal untuk segera menyelesaikan pekerjaan (siapa sih yang suka berdiri lama-lama?).

Terutama jika Anda bekerja menggunakan laptop, saat ini sudah tersedia berbagai pilihan produk meja atau dudukan yang dapat memenuhi kebutuhan untuk bekerja sambil berdiri. Cara termudah untuk mendapatkannya adalah dengan berbelanja secara daring di aplikasi belanja daring pilihan Anda; lagi pula, ini cara teraman karena masa pandemi belum berakhir. Coba gunakan kata kunci '**Meja Laptop Air Space 308**' atau '**Meja Laptop Aluminium T6**'.



Atur sendiri ketinggian dan sudut yang nyaman bagi Anda. Cukup taruh meja laptop di atas meja kerja Anda, dan beres, Anda bisa mengetik sambil berdiri. Meja laptop ini juga dilengkapi kipas pendingin. Lengkap, deh! Harga bermacam-macam. Pilih yang sesuai anggaran.

PENAFIAN: Rubrik Ki Silat disusun oleh Redaksi NawalaHPI murni dengan tujuan berbagi informasi. Setiap produk, alat, dan aplikasi yang diulas di sini bukan merupakan iklan atas pesanan/permintaan sponsor/pemilik merek terkait. Redaksi NawalaHPI tidak bertanggung jawab atas keefektifan dan kesesuaian produk, alat, dan aplikasi yang diulas. Pembaca diminta untuk bijaksana dalam pengambilan keputusan untuk penggunaan.

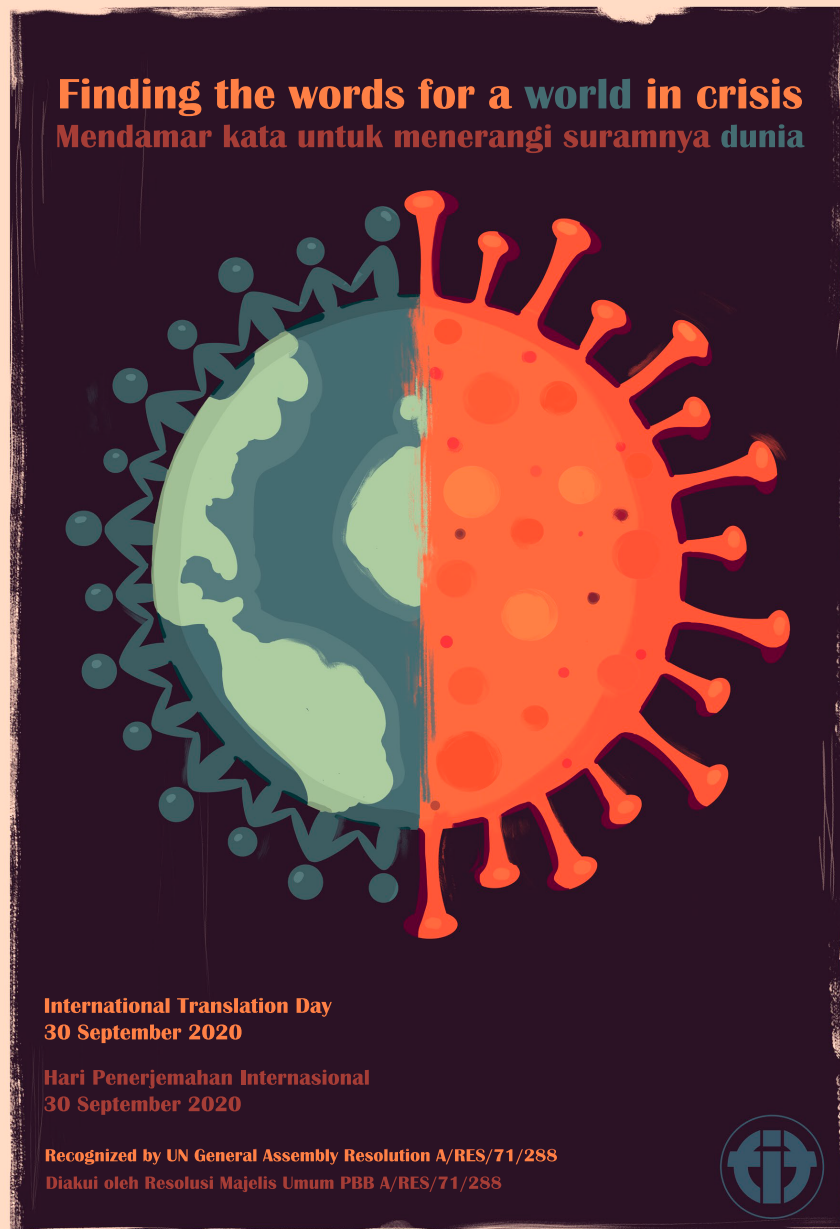
KABAR KILAS

FIT dan ACTI Mengumumkan Jadwal Baru untuk Kongres Dunia FIT XXII di Varadero, Kuba

Setelah menunda Kongres Statuter dan Kongres Dunia XXII yang sedianya akan diselenggarakan oleh Federasi Penerjemah Internasional (FIT) bersama Himpunan Penerjemah dan Juru Bahasa Kuba (ACTI) pada, berturut-turut, 1 – 2 Desember dan 3 – 5 Desember 2020, FIT dan ACTI telah mengumumkan jadwal baru untuk kedua ajang pertemuan tersebut.

Tempat penyelenggaraan acara tetap sama, yaitu Meliá International Hotel, Varadero, Kuba. Tanggal baru untuk Kongres Statuter FIT adalah 30 November – 1 Desember 2021. Sementara itu, tanggal baru untuk Kongres Dunia FIT XXII adalah 2 – 4 Desember 2021.

Dalam komunikasi yang diterima oleh Sekretariat HPI, FIT juga telah menyusun jadwal penerimaan makalah untuk para calon pemateri dan batas waktu serta dua opsi pembayaran biaya keikutsertaan di Kongres Dunia FIT XXII. Kunjungi laman <https://rebrand.ly/jadwal-baru-Kongres-Dunia-FIT-XXII> untuk membaca selengkapnya perincian yang dimaksud.



30 September adalah hari yang istimewa bagi para insan alih bahasa di dunia. Pada 2017, Majelis Umum PBB resmi mengakui tanggal tersebut sebagai **Hari Penerjemahan Internasional** melalui Resolusi A/RES/71/288.

Poster di atas diolah dari karya **Liza Gunenko**, pemenang kontes desain poster Hari Penerjemahan Internasional 2020 yang diselenggarakan oleh Federasi Penerjemah Dunia (FIT). Sebagai anggota FIT, Himpunan Penerjemah Indonesia (HPI) merangkul semangat yang dengan apik dilukiskan oleh poster tersebut: arti penting kesatuan dan rasa persaudaraan sebagai cara untuk menghadapi keadaan genting yang tengah terjadi di dunia.

Badan Pengurus Himpunan Penerjemah Indonesia mengucapkan Selamat Hari Penerjemahan Internasional 2020 untuk seluruh anggota HPI pada khususnya dan seluruh penerjemah dan juru bahasa pada umumnya.

Semoga kita tetap sehat, bersemangat, dan sukses dalam menghadapi sisa tahun ini dan tahun-tahun ke depannya!

Kegiatan HPI Pusat



Webinar – Penerjemahan Teks Hukum dalam Dunia Bisnis

Diadakan pada 04 Juli 2020 dan dibawakan oleh Rahmat Soemadipradja, anggota penuh HPI dan penerjemah bersertifikat HPI. Diikuti oleh 188 orang peserta, webinar ini dimaksudkan untuk membentuk pemahaman umum mengenai praktik dan teknik penerjemahan teks hukum khususnya dalam dunia bisnis. Peserta juga diajak untuk berlatih menerjemahkan beberapa teks untuk mengalami sendiri pentingnya pengetahuan teknis dalam memahami maksud.



Webinar – Berkenalan dan Berlatih Menggunakan memoQ

Diadakan pada 18 Juli 2020 dan dibawakan oleh Andika Priadiputra, anggota penuh HPI. Diikuti oleh 97 orang peserta, webinar ini menyuguhkan informasi mengenai alat penerjemahan berbantuan komputer pada umumnya dan memoQ pada khususnya. Peserta juga diajak untuk mengenali antarmuka program memoQ dan berlatih untuk mengerjakan proyek terjemahan menggunakan alat bantu ini.



Webinar – Penjurubahasaan Jarak Jauh (RSI/RCI)

Diadakan pada 25 Juli 2020 dengan narasumber Amelia Lemondhi, M.A., juru bahasa dan penerjemah bersertifikat NAATI, dan Tasfan Sadikin (juru bahasa dan praktisi RSI). Diikuti oleh 77 orang peserta, webinar ini memperkenalkan prinsip penjurubahasaan simultan/konsekutif jarak jauh. Peserta juga diajak untuk mengenal berbagai platform RSI/RCI serta berlatih untuk mempersiapkan diri untuk beralih ke ranah virtual.

Kegiatan HPI Pusat



Webinar – Bisnis Alih Bahasa yang Pantas Sukses

Diadakan pada 22 Agustus 2020 dengan narasumber Wahyu Adi Putra Ginting, penerjemah bersertifikat HPI dan Wakil Ketua Umum HPI. Diikuti oleh 81 orang peserta, webinar ini menyajikan prinsip-prinsip dasar tata kelola usaha praktik terjemahan/penjurbahasaan mandiri, yang dikemas dalam 5 prinsip kepastasan: Kepastasan Jasa, Kepastasan Rencana, Kepastasan Kerja, Kepastasan Nama, dan Kepastasan Tata Usaha.



Webinar – Aspek Perpajakan pada Jasa Penerjemah dan Juru Bahasa

Diadakan pada 05 September 2020 dengan narasumber Muhamad Ifan, Ak, CA, BKP. Diikuti oleh 45 orang peserta, webinar ini menyajikan gambaran umum pajak penghasilan Pasal 21 (PPH 21) untuk penerjemah dan juru bahasa. Peserta juga disugahi materi cara menghitung, menyetor, dan melaporkan PPh 21 dan informasi mengenai kewajiban dan sanksi perpajakan yang berkaitan dengan PPh 21.



Webinar – Penerjemah dan Juru Bahasa sebagai Profesi Pilihan

Diadakan pada 03 Oktober 2020 dengan narasumber Sugeng Hariyanto, Inanti P. Diran, Rahayu Surtiati Hidayat, dan Sofia Mansoor. Diikuti oleh 246 orang peserta, webinar ini diadakan dalam rangka merayakan Hari Penerjemahan Internasional 2020 yang jatuh pada tanggal 30 September. Keempat narasumber mengagihkan kisah sukses, cerita perjalanan karier, konsep dan definisi terperinci etika keprofesian, serta tren-tren industri terjemahan pascapandemi.

Kegiatan Komda



Bali: Webinar – *Notetaking for Consecutive Interpreting*

Diadakan pada 11 Juli 2020, dengan narasumber Inanti P. Diran.



Kepri: Webinar – Memasarkan Jasa Terjemahan ke Agensi Luar Negeri

Diadakan pada 11 Juli 2020, dengan narasumber Ade Indarta, MBA.



Jabar: Webinar – *Introduction to Life as an Interpreter: Requirements and Challenges*

Diadakan pada 01 Agustus 2020, dengan narasumber Fajar Perdana dan Hanny Purnama Sari.



Kepri: Webinar – Kiat Sukses Menerjemahkan Artikel Ilmiah

Diadakan pada 15 Agustus 2020, dengan narasumber Arif Subiyanto, M.A.

Kegiatan Komda



Jabar: Webinar – Keterampilan Berbahasa Indonesia: Salah Satu Kunci Penerjemah Sukses

Diadakan pada 05 September 2020, dengan narasumber Sofia Mansoor dan Asep Rahmat Hidayat, M.Hum.



Kepri: Webinar – Pelatihan Penerjemahan Teks Hukum – Tingkat Dasar

Diadakan pada 19 September 2020, dengan narasumber Indra Listyo.



Jabar: Webinar – *English Grammar for Translators (Part 2)*

Diadakan pada 10 Oktober 2020, dengan narasumber Ricky Zulkifli.

Kegiatan Kerja Sama dengan Universitas



Webinar – Teori Penerjemahan ‘Made Easy’ #3 (Politeknik Negeri Malang)

Diadakan pada 11 Juli 2020, bekerja sama dengan Prodi Bahasa Inggris Politeknik Negeri Malang dan Transkomunika Training & Research. Ketua Komite Kompetensi dan Sertifikasi HPI, Ibu Rochayah Machali menjadi narasumber dalam webinar ini.



Webinar – Seluk-Beluk Dunia Penerjemahan Audio Visual (Universitas Bung Hatta)

Diadakan pada 04 Agustus 2020, bekerja sama dengan Prodi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta. Anggota Penuh HPI, Maria Dolorosa Diena, menjadi narasumber dalam webinar ini.



Webinar – Penerjemahan Lintas Bidang (Politeknik Negeri Malang)

Diadakan pada 29 Agustus 2020, bekerja sama dengan Prodi Bahasa Inggris Politeknik Negeri Malang dan Transkomunika Training & Research. Ketua Umum HPI, Bapak Indra Listyo, menjadi salah satu narasumber dalam webinar ini.



Magang – Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta

Diadakan pada 01 Agustus – 30 September 2020, bekerja sama dengan Politeknik Negeri Jakarta. Ibu Anna Wiksmadhara (Sekretaris Umum HPI), Lucia Aryani (Wakil Sekretaris Umum HPI), dan Ibu Inanti P. Diran (Anggota KKS HPI) menjadi pembimbing dalam program magang ini.

Kerja Sama dengan Lembaga Pemerintah



Diskusi Kelompok Terarah SKKNI – Penerjemah Tersumpah

Kegiatan ini diikuti oleh perwakilan Badan Pengurus HPI pada 13 Agustus 2020.



Konsinyering Finalisasi Draft SKKNI – Penerjemah Tersumpah

Diadakan pada 23 – 25 September 2020 di Hotel Santika Bintaro. Diselenggarakan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. HPI merupakan anggota Tim Perumus SKKNI – Penerjemah Tersumpah. Hadir dalam kegiatan tersebut wakil-wakil dari Tim Perumus SKKNI Penerjemah Tersumpah yang terdiri atas unsur perguruan tinggi (UI, UNPAD, UNDIP, UGM, UNAIR) dan HPI, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, dan Kementerian Ketenagakerjaan.



Ayo Bayar Iuran!

Dari anggota, kembali sebagai manfaat bagi anggota.

"Iuran keanggotaan adalah kewajiban minimal yang perlu kita tunaikan sebagai anggota asosiasi."

- Indra Listyo (Ketua Umum HPI)

PAKAI HATI

PEMASARAN YANG MANUSIAWI AGAR KLIEN MERASA SPESIAL

“Jangan lupa, ada manusia di balik terjemahan ini.” Mungkin Anda masih ingat dengan kutipan yang diambil dari artikel ‘Bijak dan Efektif sebagai Pemeriksa LQA’ yang ditulis oleh Reza Daffi dan terbit dalam NawalaHPI Edisi Pertama. Kalimat sederhana ini tidak hanya ampuh sebagai pengingat, tetapi juga luwes untuk didudukkan di hampir semua – kalau bukan semua – mata rantai dalam daur penyediaan jasa alih bahasa yang kita jalani dan jalankan sebagai praktisi alih bahasa profesional. Ada manusia di balik semua itu. Termasuk pemasaran!



MENEGAKKAN BATAS MAKNA

Agar tidak rancu, perlu kita perjelas terlebih dahulu definisi lebih teknis, tetapi semoga tetap sederhana, dari dua istilah yang sekilas serupa padahal tak sama: ‘pemasaran’ dan ‘penjualan’.

Pemasaran adalah rangkaian kegiatan sistematis yang dijalankan untuk menyatakan keberadaan dan kedudukan di tengah-tengah pasar. Inti dari rangkaian kegiatan ini adalah penyampaian pesan-pesan, yang dirilis melalui saluran-saluran komunikasi tertentu ke pangsa-pangsa yang dipilih. Selain itu, kegiatan-kegiatan pemasaran akan selalu membutuhkan, dan menghabiskan, sumber daya (uang, waktu, tenaga, dan pikiran).

Penjualan, di sisi lain, adalah rangkaian kegiatan sistematis yang dijalankan untuk menyediakan solusi bagi (calon) klien yang datang mencari pemenuhan atas kebutuhannya. Inti dari rangkaian kegiatan ini adalah menemukan kebutuhan spesifik klien dan mengajukan sekaligus menjalankan solusi atas kebutuhan tersebut hingga tuntas. Kegiatan-kegiatan penjualan, pada akhirnya, bersifat mendatangkan pemasukan.

Singkatnya, pemasaran adalah cara atau kegiatan untuk dikenal oleh pasar dan penjualan adalah cara atau kegiatan untuk memenuhi permintaan/pesanan pasar.

Artikel ini membahas pokok pikiran pemasaran yang menjadi bagian dari praktik profesional pekerja alih bahasa lepas. Premis yang dikemukakan adalah bahwa pemasaran yang mengedepankan aspek ‘emosional’ dan ‘manusiawi’ akan menunjang perkembangan bisnis praktik mandiri penerjemah dan juru bahasa.

‘MENGGILO’ WAKTU MASIH PEMULA

Terima proyeknya dahulu, cari tahu cara mengerjakannya kemudian.

Titik awal adalah salah satu tahap kritis dalam perjalanan karier kita sebagai penerjemah dan juru bahasa lepas. Pada tahap-tahap awal karier ini, baik itu Anda menjadi penerjemah/juru bahasa tepat setelah menyelesaikan pendidikan tinggi atau

setelah beralih dari profesi lain, lazim dan lumrah bila Anda cenderung ikut arus dan menerima semua pesanan jasa yang datang ke meja kerja Anda.

Anda mensyukurinya sebagai kesempatan untuk membuktikan kualitas diri dan mengerahkan segala daya upaya, bertanya sana-sini, meriset topik di belasan laman situs web, berlatih berjam-jam, dan seterusnya, demi menghasilkan produk terjemahan atau penjurubahasaan yang dapat diterima.

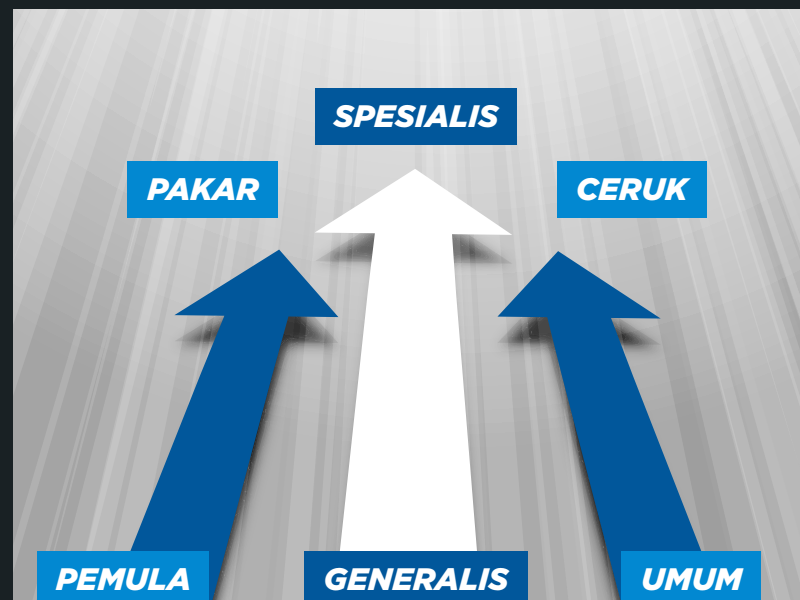
Sikap ini (mari istilahkan dengan ‘menggila waktu masih pemula’) tidak hanya sah, tetapi juga logis, mengingat Anda sedang membangun portofolio profesional sebagai wirausaha pemain tunggal (*solopreneur*).

Namun, ada titik ketika Anda mulai stabil dan ingin naik ke ‘jenjang berikutnya’, yang lazimnya terjadi pada tahun ketiga hingga kelima karier kita. Inilah titik kritis yang kedua.

Lagi pula, ‘menggila’ dalam konteks ‘waktu masih pemula’ tidak perlu dialami lama-lama karena ke-pemula-an akan kehilangan maknanya jika terjadi terlalu lama.

TITIK KRITIS PENENTU KELANGSUNGAN BISNIS

Dari pemula ke pakar. Dari generalis ke spesialis. Dari umum ke ceruk.



Transi yang dinyatakan dalam tiga frasa di atas disebut kritis karena kualitas prosesnya akan menentukan kelangsungan bisnis Anda dalam jangka panjang. Bagaimanapun juga, kecuali Anda memutuskan untuk beralih model bisnis (misalnya, membuka biro terjemahan), sebagai *solopreneur* Anda tidak bisa naik ke jenjang tertinggi yang pernah ada, atau bahkan mencetak rekor ketinggian baru, jika bersikap 'palugada' (*apa lu mau gua ada*).

Sama seperti Anda tidak pernah menemukan dokter yang merupakan spesialis jantung, saraf, mata, kandungan, bedah tulang, onkologi, dan anak, sesungguhnya tidak ada penerjemah/juru bahasa yang berspesialisasi dalam pengalihbahasaan di bidang medis, migas, keuangan, hukum, transportasi, keaktuarian, alat berat, teknologi informasi, pemasaran, dan ilmu sosial, sekaligus. Fakta ini perlu diakui dan justru menjadi aspek 'manusiawi' pertama yang mesti kita rangkul: bagaimana mungkin kita akan menjalankan pemasaran yang manusiawi jika paket jasa yang ingin ditawarkan saja sudah tidak 'manusiawi'?

Tiga frasa di atas diurutkan dengan sengaja untuk menunjukkan logika sebab-akibat yang mengikat proses peralihan yang satu dengan yang lain. Topik kita adalah pemasaran; itu mengapa dua kata kunci yang berkaitan dengan bidang pemasaran diletakkan pada urutan terakhir. Logikanya seperti ini:

Setelah menuai pengalaman dari tahap-tahap awal karier, keterampilan Anda kian terasah dan pengetahuan teknis Anda mulai mengerucut, sekaligus makin mendalam, ke bidang terjemahan/penjurubahasaan tertentu. Inilah peralihan dari *pemula ke pakar*.

Dengan mengerucut dan mendalamnya pengetahuan teknis, yang mungkin juga ditunjang dengan pendidikan/pelatihan formal dan nonformal di bidang spesifik tersebut (sekaligus sertifikasi yang diperoleh daripadanya), jasa yang ditawarkan pun makin unik dan khusus. Inilah peralihan dari *generalis ke spesialis*.

Makin unik dan khusus jasa yang ditawarkan, makin khas dan spesifik pula pangsa pasar yang

membutuhkan jasa Anda sebagai solusi atas keperluannya. Inilah peralihan pangsa pasar dari *umum ke ceruk*.

Mengapa *ceruk* menjadi kata kunci di sini? Jawabannya sederhana: karena pemasaran adalah kegiatan yang membutuhkan dan menghabiskan sumber daya (uang, waktu, tenaga, dan pikiran).

Dalam penjualan, yang mendatangkan pemasukan, Anda bebas menentukan apakah akan bertransaksi atau tidak saat menghadapi permintaan atau pesanan dari pihak-pihak yang berada di luar klasifikasi ceruk Anda. Akan tetapi, dalam pemasaran, yang menimbulkan pengeluaran, Anda perlu bersikap strategis: publikasi jasa dan jenama Anda perlu diarahkan dengan bidikan yang lebih jitu agar sumber daya yang dikerahkan tidak habis percuma.

PERTANYAAN PEMANDU UNTUK MENENTUKAN PASAR SASARAN:

- Adakah ceruk pada basis klien yang saya miliki sekarang?
- Jika tidak, apakah saya ingin membentuk ceruk tersebut?
- Tipe industri atau klien yang bagaimana yang saya senangi?
- Apa kebutuhan spesifik yang solusi-nyamampu saya tawarkan untuk pasar tersebut?

ADA MANUSIA...

Seperti semua industri lainnya, industri jasa alih bahasa berubah seiring berkembangnya teknologi. Sebagai penyedia jasa, sulit bagi kita, sendiri-sendiri, untuk mengendalikan perubahan. Yang dapat kita kendalikan adalah cara kita menanggapi perubahan tersebut.

Untuk itu, kita perlu merenungkan, “Apa yang berubah dari industri ini?” Namun lebih penting lagi, “Apa yang tidak berubah?”

Alat kerja kita berubah. Daftar ragam layanan kita berubah. Skema penentuan tarif kita berubah. Cara berkomunikasi dengan pasar kita berubah. Tapi apa yang tidak berubah?

Anda mungkin sudah bisa menebaknya dan, benar, yang tidak berubah adalah kenyataan bahwa ada manusia di balik setiap layar dan antarmuka kerja yang kita hadapi sehari-hari sebagai penerjemah dan juru bahasa profesional.

PAKAI HATI? MAKSUDNYA?

Mungkin Anda pernah mendengarnya: orang tidak suka merasa termakan rayuan untuk membeli, orang suka merasa membeli atas keputusan sendiri. Ada juga ungkapan lain: keputusan untuk membeli bukan keputusan rasional, melainkan emosional. Artinya, orang memutuskan untuk membeli atas dasar perasaan, lalu merasionalkan keputusan tersebut dengan data, fakta, dan angka.

Kata-kata kunci yang perlu diperhatikan dari dua ungkapan di atas adalah ‘rasa’ dan ‘emosi’. Sangat manusiawi, bukan? Iya, karena ada manusia di balik situs web, aplikasi surel, atau nama usaha yang coba Anda ketuk pintunya itu.

Dua unsur inilah yang menyusun definisi frasa ‘pemasaran pakai hati’ yang diketengahkan sebagai pesan inti artikel ini. Pemasaran ‘pakai hati’ adalah kegiatan pemasaran yang mendayagunakan segi-segi emosional dalam perilaku membeli konsumen untuk meningkatkan level konversi dan menciptakan hubungan kerja jangka panjang.

BUAT MEREKA MERASA SPESIAL

“People will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them feel.”

– Maya Angelou

Orang takkan melupakan cara Anda membuatnya merasa, kata Maya Angelou. Dan dalam konteks pemasaran, setiap prospek mengalungkan di lehernya sebuah papan tanda yang bertuliskan ‘BUAT AKU MERASA SPESIAL’.

Saat merancang dan menyebarkan konten komunikasi pemasaran, dalam format dan melalui media apa pun, ingatlah bahwa tujuan Anda adalah untuk membuat (calon) klien merasa spesial.

Berikut ini serangkaian ide yang dapat Anda gunakan saat menjalankan konsep pemasaran yang menyentuh sisi emosional pasar.

Sebelum berhadapan dengan pasar. Mantapkan hati bahwa Anda dibutuhkan. Keyakinan ini sangat penting karena Anda ingin membangun citra bukan sebagai ‘cuma salah satu vendor di antara ribuan yang lain’ tetapi sebagai ‘konsultan spesialis dengan kepakaran teknis dan sistem kerja serta layanan pelanggan yang berkualitas tinggi’. Rasa percaya diri itu (lagi-lagi rasa!) terpancar dan menular. Pupuk dan kembangkanlah ia.

Saat berhadapan dengan pasar. Anda sudah menentukan pasar sasaran. Hebat! Sekarang, Anda dapat menjajaki pasar sasaran ini melalui dua rute: langsung dan tidak langsung. Penjajakan langsung berarti komunikasi langsung, bisa melalui laman karier di situs web agensi terjemahan, surat elektronik yang memuat penawaran tepersonalisasi, tender proyek tertentu di portal pasar terjemahan/penjurbahasa, panggilan telepon, dan pertemuan fisik ataupun virtual. Penjajakan tidak langsung berarti komunikasi dengan konten terarah yang Anda pasang di situs web Anda atau akun media sosial dan profil Anda di portal pasar terjemahan.

Yang mana pun rutenya, buat (calon) klien merasa spesial dengan:

- *Menyusun komunikasi tepersonalisasi.* Hindari sikap ‘curah’ atau ‘templat’ dalam merancang materi komunikasi. Pahami kebutuhan spesifik (calon klien). Luangkan waktu untuk meriset latar belakang industri atau bisnis mereka. Gunakan visi-misi mereka sebagai kata-kata

yang Anda padukan ke dalam komunikasi Anda.

- *Berinteraksi pada level yang setara dengan (calon) klien.* Ingat, Anda tidak sedang melamar pekerjaan di perusahaan atau bisnis mereka. Anda sedang mengajukan diri untuk menjadi konsultan, penyedia solusi, bagi kebutuhan spesifik mereka. Alih-alih berkata, “Bagaimana saya bisa membantu Anda?”, gunakan “Seperti ini cara saya membantu mewujudkan tujuan Anda.”
- *Mendengar, mendengar, mendengar, bicara.* Intinya, kedepankan kepentingan (calon) klien. Jika Anda dapat berkomunikasi langsung dengan mereka, gunakan teknik mendengar aktif yang disertai pertanyaan-pertanyaan efektif agar (calon) klien merasa nyaman dalam memaparkan kebutuhannya ke hadapan Anda. Ingat, Anda tidak akan dapat mengajukan solusi alih bahasa yang akurat jika (calon) klien tidak berhasil dengan jernih menyatakan kebutuhannya.

Sementara itu, khusus untuk pemasaran tidak langsung melalui situs web pribadi atau akun/profil media sosial, pilih dan terbitkanlah konten yang relevan dengan pasar sasaran Anda. Bila spesialisasi Anda adalah terjemahan teks pemasaran, bagikan pengalaman Anda mengikuti konferensi atau webinar industri yang secara spesifik membahas pemasaran. Ini cara bagus untuk ‘memancing ikan’ yang Anda inginkan karena, boleh jadi, (calon) klien Anda menghadiri konferensi atau webinar yang sama. Dia akan menganggap Anda sebagai ‘orang kita’, salah satu dari mereka.

Saat bekerja bersama klien. Oh, jadi bisnisnya Anda dapatkan? Luar biasa! Pertunjukan dimulai. Inilah saatnya untuk memeragakan kepakaran Anda. Kualitas hasil terjemahan atau penjurubahasaan yang prima, termasuk ketepatan waktu, responsivitas, kepatuhan pada kerahasiaan data, dsb., tentu menjadi prasyarat yang tidak bisa dinegosiasikan. Di samping itu, lanjutkan ‘pemasaran’

dengan bersikap proaktif dalam berkomunikasi. Ingat, klien tidak selalu sempat mengecek progres kerja Anda. Tunjukkan dedikasi dengan menginisiasi komunikasi selama proyek berlangsung.

Namun, ingat juga, komunikasi ini harus terencana. Jika Anda melayani klien pengguna akhir, ingat bahwa narahubung Anda mungkin memiliki tugas dan tanggung jawab lain yang menuntut perhatiannya. Jika Anda melayani agensi terjemahan, ingat bahwa manajer proyek Anda boleh jadi sedang menangani proyek lain, mengoordinasi puluhan penerjemah dari belasan pasangan bahasa. Permudah hidup klien dengan menyusun terlebih dahulu daftar pertanyaan yang perlu dibahas selama proyek berlangsung sebelum mengirimkannya pada waktu yang strategis (pertimbangkan zona waktu dan jam kerja aktif klien).

BERINTERAKSI DI LEVEL PERSONAL

Setiap manusia memiliki cerita di sepanjang hidupnya, termasuk klien Anda (dan tentunya Anda sendiri!). Anda yang sudah malang-melintang di industri ini, melayani para klien setia, pasti sesekali pernah berkomunikasi dengan klien atau manajer proyek di level yang lebih personal, tidak melulu urusan pekerjaan.

Hari ulang tahun, kelahiran buah hati, peringatan hari jadi, pencapaian yang membahagiakan, hingga peristiwa duka, adalah titik-titik kontak penting yang dapat digunakan untuk menjalin koneksi emosional di antara Anda dan klien. Komunikasi yang melibatkan hati seperti ini akan membuat relasi bisnis Anda dengan klien menjadi lebih dari sekadar relasi transaksional. Dan inilah kunci untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang bertumpu pada rasa percaya yang kuat di antara Anda dan klien.

Rasa percaya adalah faktor penting. Inilah alasan orang tetap setia menggunakan jasa Anda, terlepas dari berbagai tawaran lain, yang mungkin lebih menggiurkan secara biaya, yang datang silih berganti ke hadapan klien. Anda menjadi aset yang unik



karena kepakaran yang Anda miliki dan rasa percaya yang telah melandasi relasi bisnis Anda dengan klien.

ingin menjadi orang pertama yang melintas di benak mereka.

MENYIKAPI PENOLAKAN

Sejauh ini, mungkin frasa ‘pakai hati’ mulai mengiang-ngiang di telinga Anda. Akan tetapi, ada satu aspek yang jangan sampai melibatkan hati, atau lebih persisnya ‘tidak diambil hati’: penolakan.

Penolakan adalah bagian integral dari pengalaman memasarkan jasa. Tidak semua penawaran berujung pada penerimaan, sebagian besar malah berakhir pada penolakan. Itu biasa.

Yang ditolak adalah tawaran Anda, bukan diri Anda. Karena itu, bermuram durja adalah sikap yang perlu dihindari dalam menghadapi penolakan. Mungkin tawaran Anda datang di waktu yang kurang tepat. Mungkin (calon) klien belum siap. Apa pun alasannya, jangan diambil hati. Alih-alih, belajarlaha dari penolakan itu. Apa sebabnya? Apa yang dapat dan perlu Anda ubah agar kans penawaran Anda yang berikutnya lebih besar untuk meraih hasil positif?

Selain itu, jangan putus kontak. Entah itu enam bulan kemudian atau bahkan satu tahun kemudian, (calon) klien boleh jadi sudah lebih siap, sudah butuh. Dan saat kesempatan itu tiba, Anda tentu

Kepakaran, spesialisasi, profil pasar sasaran yang jelas, dan pemasaran yang manusiawi adalah unsur-unsur kesuksesan usaha yang kendali atasnya berada di dalam genggaman Anda. Tahu bahwa semua ini ada di dalam kendali kita menciptakan perasaan yang memerdekakan.

Selamat bekerja dari hati!



Tim redaksi NawalaHPI
berkesempatan mengikuti webinar

Slator Digital Marketing

yang diselenggarakan atas kerja sama
Slator dan SocialSEO pada 16 Juli 2020.

Slator (<https://slator.com/>) adalah penyedia jasa berita dan analisis pasar dalam industri penyedia jasa kebahasaan.

SocialSEO (<https://www.socialseo.com/>) adalah salah satu agen pemasaran andal di Amerika Serikat dengan fokus pada optimalisasi mesin pencari (SEO).

Narasumber pada webinar ini adalah Simon Golding, tenaga senior di SocialSEO.

Seperi judulnya, webinar ini berfokus pada pemaparan mendalam mengenai pemasaran digital, dari segi perencanaan hingga pelaksanaannya. Secara struktur pembahasan, webinar ini dibagi menjadi tiga bagian: Bisnis seperti Biasa, Persilangan Kesempatan dan Tantangan, dan Menavigasi Lanskap Pemasaran Digital.

Dalam bagian **Bisnis seperti Biasa**, narasumber menjelaskan mengenai komponen pemasaran digital, tiga pilar digital yang utama, dan metode pemasaran yang dapat dimanfaatkan.

Secara umum, komponen pemasaran digital disusun agar bisnis dapat memiliki strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan. Terdapat tiga kategori komponen pemasaran digital, yaitu langkah dasar yang organik, iklan berbayar, dan metode pemasaran. Sementara itu, tiga pilar digital utama yang menyangga pemasaran digital adalah sebagai berikut:

1. SEO (Optimalisasi Mesin Pencari), yang dapat

digunakan di dalam dan di luar laman,

2. SEM (Pemasaran Mesin Pencari), yang merupakan proses membeli paparan di hasil pencarian dan di jaringan konten milik mesin pencari, dan

3. SMM & SMA (Manajemen dan Iklan Media Sosial), yang fungsi utamanya adalah membantu membangun dan memelihara jenama.

Terdapat tiga metode yang dapat digunakan dalam pelaksanaan pemasaran digital:

1. Surel, yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna pada produk dan layanan baru, tetapi biasanya kurang dilirik,
2. Video, yang berperan dalam meningkatkan efisiensi komunikasi dengan melibatkan lebih dari satu indra, dan
3. Pemengaruh (*influencer*), sebagai perwujudan era baru duta merek dan promosi akar rumput.

Dalam bagian **Persilangan Kesempatan dan Tantangan**, narasumber menjelaskan mengenai transformasi digital, globalisasi dan persilangannya yang tidak dapat kita hindari, kasus lokal, global, dan persilangannya di pemasaran digital dan pelokalan, dan idiosinkrasi regional dalam bahasa dan kebiasaan/mesin pencari.

Menghadapi tantangan yang mewujud dalam rupa sibuk dan bisingnya 'negeri digital' dewasa ini, ada beberapa cara (berbayar dan organik) yang dapat kita pakai sebagai senjata untuk merebut perhatian pasar sasaran kita, yaitu:

- *Iklan Media Sosial*, penggunaan fasilitas iklan berbayar di platform medsos (FB, IG, Twitter, LinkedIn, dll.),
- *Manajemen Media Sosial*, pengelolaan pemasangan utas dan respons di platform medsos,
- *Pembuatan Video Pemasaran*, penyutradaraan kreatif dan produksi aset video untuk memikat perhatian secara audiovisual,
- *Pemasaran Mesin Pencari*, iklan berbayar untuk mesin pencari dan jaringan konten yang dimilikinya, seperti YouTube,
- *Optimalisasi Mesin Pencari*, mengamankan dan meningkatkan peringkat hasil pencarian secara organik, dan
- *Pemasaran Langsung dengan Surel*, strategi, pengelolaan, dan pelaksanaan kegiatan pemasaran berbasis surel menggunakan berbagai platform pendukung yang tersedia, seperti MailChimp.

Dalam bagian **Menavigasi Lanskap Pemasaran Digital**, narasumber menjelaskan mengenai ukuran-ukuran keberhasilan pemasaran di dunia maya (yang juga meliputi tingkat konversi komunikasi pemasaran

menjadi bisnis) dan pengamatan serta tren yang mungkin terjadi ke depannya.

Kita tidak dapat menghindari transformasi digital, globalisasi, dan persilangannya. Dengan adanya pertemuan globalisasi dan transformasi digital, akan ada pertemuan pemasaran pelokalan bahasa. Bagi praktisi alih bahasa profesional, fakta ini justru menegaskan besarnya peluang bisnis di bidang alih bahasa teks pemasaran ke depannya.

Pemasaran digital, sebagai pengetahuan, dapat membantu kita untuk menegaskan posisi dan citra jenama di tengah-tengah pasar sasaran. Sebagai peristiwa, pemasaran digital menguatkan rasa percaya diri kita pada industri yang kita geluti sekaligus, mungkin, meyakinkan kita untuk menekuni bidang terjemahan ini sebagai sebuah spesialisasi.

Bagaimanapun, kami berharap artikel ini dapat membantu rekan-rekan melakukan pemasaran yang tepat untuk mempromosikan layanan kebahasaan kepada calon klien untuk mendukung usaha rekan-rekan pembaca NawalaHPI.



Dalam Kenangan

Dalam Kenangan



Sapardi Djoko Damono berpulang pada 19 Juli 2020 di Rumah Sakit Eka BSD, pukul 09.17 WIB.

Beliau pernah menjadi anggota Dewan Kehormatan Himpunan Penerjemah Indonesia 2004-2010 dan sempat meminjamkan kediamannya untuk menjadi Sekretariat HPI dalam masa kepengurusan 2007-2010 dan Sekretariat KKS HPI sampai tahun 2012.

Ibu Sonya Sondakh, istri beliau, adalah anggota HPI dan merupakan anggota Badan Pengurus HPI 2007-2010.



Cahayani Agustiningrum, Sekretaris Komisariat Daerah Nusa Tenggara (HPI-01-19-3103), berpulang pada Jumat 18 September 2020, pukul 05.00 WIB, di Mataram, Nusa Tenggara Barat.

Semasa hidupnya almarhumah merupakan seorang penerjemah lepas dan pengajar. Almarhumah juga sangat giat membantu menyelenggarakan berbagai kegiatan HPI Komisariat Daerah Nusa Tenggara. Himpunan Penerjemah Indonesia (HPI) sangat kehilangan atas wafatnya almarhumah.

Dalam Kenangan



Dukung NawalaHPI dengan menerbitkan artikel Anda di sini. Atau bantu Redaksi dengan bergabung sebagai redaktur. Kirim surel ke **nawala@hpi.or.id** untuk informasi selengkapnya.

NawalaHPI
DARI ANGGOTA UNTUK ANGGOTA



Tanya Jawab

b e r s a m a

Ade Indarta

Mengapa Anda memutuskan untuk berkarier sebagai penerjemah?

Saya memutuskan untuk berkarier sebagai penerjemah sejak masih berada pada masa awal kuliah di Sastra Inggris, UGM. Waktu itu, saya merasa pekerjaan ini sangat cocok dijadikan pilihan karena menggabungkan tiga hal yang saya gemari: bahasa Inggris, menulis, dan membaca.

Cerita perjalanan saya menjadi penerjemah sebenarnya bisa dikatakan lurus-lurus saja, bukan karena *nyasar*. Sejak kecil, saya suka bahasa Inggris dan selalu mendapat nilai sembilan. Otomatis, saya memilih jurusan Sastra Inggris saat kuliah. Dalam keseharian, saya gemar membaca buku dan bercita-cita menjadi penulis, yang sayangnya sampai sekarang belum terwujud.

Ketika berada di semester 3, saya mulai menerjemahkan secara profesional untuk rental-rental komputer penyedia jasa terjemahan di area dekat kos. Saya masih ingat, hasil terjemahan saya masih berupa tulisan tangan karena saya tidak punya komputer dan saya dibayar Rp1.500 per lembar. Ini selalu menjadi kenangan yang tidak bisa saya lupakan.

Ya, kalau dihitung-hitung, saya sudah menjalani profesi ini selama 19 tahun. Hingga kini, meskipun telah menjabat beragam posisi lain dalam bidang penerjemahan, saya selalu bangga menyebut diri saya sebagai penerjemah.

Bidang apa yang menjadi fokus penerjemahan Anda? Mengapa Anda memilih bidang tersebut?

Perjalanan karier saya cenderung mengarahkan saya ke penerjemahan teks teknologi informasi. Saya sempat bekerja di Expedia, Facebook, dan Netflix, yang semuanya acap dikenal sebagai perusahaan teknologi. Jadi, saya lebih terbiasa mengerjakan teks-teks teknologi informasi dan teks *marketing* karena semua perusahaan

pasti berusaha menjual produk atau jasanya. Selain itu, secara pribadi, saya senang mendalami hal-hal yang berbau teknologi dan pemasaran.

Berdasarkan pengalaman, proyek terjemahan dalam dua bidang ini, secara komersial, bisa dikatakan relatif melimpah dan tidak ada habisnya, apalagi jika klien yang kita sasar adalah agensi luar negeri. Sekarang ini, banyak perusahaan teknologi yang ingin masuk ke pasar Indonesia dan mereka sudah pasti harus menerjemahkan produk mereka ke bahasa Indonesia agar dapat mengambil hati konsumen target dan konsumen pun dapat menikmati produk yang mereka tawarkan.

Apa tantangan yang kerap Anda jumpai, terutama saat menghadapi klien dengan beragam latar belakang perusahaan dan negara?

Tantangan biasanya berhubungan dengan perbedaan budaya, zona waktu, dan lokasi. Proyek terjemahan dari luar negeri biasanya melibatkan klien atau agensi dari negara lain. Kadang dalam satu proyek kita harus bekerja dengan banyak orang dari beragam negara. Kita harus menyadari pentingnya menjaga komunikasi, berusaha mengenali lawan bicara kita untuk menghindari kesalahpahaman yang bisa saja muncul akibat perbedaan budaya.

Terlebih lagi, karena kita terpisah jarak dan belum pernah bertemu langsung dengan klien, kita sangat bergantung pada komunikasi tertulis melalui surel atau aplikasi perpesanan lainnya. Jika berkesempatan berkomunikasi melalui telepon atau panggilan video, kita harus memanfaatkan peluang itu dengan sebaik-baiknya untuk membangun hubungan baik dengan klien.

Zona waktu juga kerap menjadi masalah, terutama jika klien berada di benua lain. Kita dituntut untuk fleksibel. Sebagai contoh, kita harus mampu menyesuaikan diri mengikuti rapat proyek yang diadakan di luar jam

kerja di Indonesia, misalnya selepas pukul 10 malam untuk klien dari Eropa atau sebelum subuh untuk klien dari Amerika.

Dalam perjalanan karier Anda, apa pengalaman unik yang selalu Anda ingat dan menjadi pemacu semangat untuk terus menjalani profesi sebagai penerjemah?

Hampir semua pekerjaan yang saya dapatkan berasal dari teman atau kenalan. Saya belum pernah bekerja di suatu perusahaan atau mendapatkan suatu proyek tanpa ada satu pun orang yang saya kenal. Artinya, jejaring sangatlah penting dan industri terjemahan relatif kecil. Saya sering bekerja dengan orang-orang yang sama dalam proyek atau perusahaan yang berbeda. Karena itulah, penting bagi kita untuk terus berjejaring dengan penerjemah lain dan menjaga reputasi kita, baik di lingkup pekerjaan maupun lingkup sosial. Sekali saja kita melakukan kesalahan, orang-orang akan terus mengingatnya dan bisa saja mereka yang pernah kita rugikan tersebut menjadi klien kita pada masa mendatang. Sebaliknya, kalau kualitas pekerjaan kita prima dan sikap kita baik dalam berjejaring, saat orang-orang yang kita kenal mempunyai proyek yang sesuai dengan keahlian dan pengalaman kita, mereka akan merekomendasikan kita untuk memegang pekerjaan tersebut.

Pada pekerjaan pertama saya di SDL Singapura, misalnya, saya direkomendasikan oleh Mas Imam Mustaqim. Saya mengenal beliau dari milis bahasa dan terjemahan, Bahtera, dan sempat bekerja sama dalam beberapa proyek sebelumnya. Sepuluh tahun kemudian, saya mendapatkan pekerjaan di Netflix, atas rekomendasi mantan rekan kerja saya di SDL, yang masih mengingat saya saat mencari kandidat untuk posisi *Regional Language Manager* kala itu.

Apakah Anda memiliki sosok motivator yang memantik Anda untuk terus berkarya?

Di dunia penerjemahan, saya sangat mengagumi Ibu Sofia Mansoor dan Pak Sugeng Hariyanto. Saya yakin kawan-kawan sudah mengetahui sosok Sofia Mansoor, pendiri milis Bahtera. Beliau sudah seperti ibu bagi para penerjemah. Saya banyak belajar dari nasihat beliau dan diskusi bernas oleh para penerjemah

senior. Saya bergabung di Bahtera sejak 2006 dan sempat membantu menjadi moderator dalam diskusi selama beberapa tahun. Sementara itu, Pak Sugeng adalah tokoh penerjemah yang komplet dan ideal; beliau adalah seorang akademisi, praktisi, dan pebisnis dalam bidang penerjemahan. Saya kagum dengan profesionalisme dan wawasan beliau mengenai teori penerjemahan. Setiap proyek yang saya dapatkan dari beliau selalu menjadi kesempatan bagi saya untuk belajar lebih banyak dan mendalam tentang penerjemahan. Ilmu Pak Sugeng memang tidak ada habisnya.

Apa capaian tertinggi yang Anda raih selama berkarier?

Semoga belum ada, ya. Kalau diumpamakan naik gunung atau bukit, saat kita sudah mencapai puncak, yang tersisa adalah turunan, dan saya tidak ingin menganggap diri saya telah mencapai puncak dan berakhir dengan turunan itu. Bagi saya, setiap pekerjaan atau proyek terjemahan biasanya memberikan kepuasan tersendiri dan pelajaran baru. Dengan menjadi penerjemah, saya berkesempatan untuk mengunjungi banyak negara dan berjumpa dengan rekan-rekan penerjemah dari benua lain. Untuk kepuasan pribadi, saya juga menargetkan untuk mengantongi sertifikasi baru terkait bidang penerjemahan, setidaknya sekali dalam beberapa tahun.

Apa saja kiat-kiat bagi praktisi pemula untuk menembus pasar internasional?

Membangun jejaring adalah utama. Jalin hubungan yang baik dengan rekan-rekan penerjemah lain, misalnya dengan menjadi anggota Himpunan Penerjemah Indonesia (HPI), mengikuti berbagai kegiatan yang diselenggarakan HPI, maupun bergabung ke dalam komunitas penerjemah yang ada. Banyak peluang yang bisa muncul dan kita peroleh saat kita berjejaring dengan sesama penerjemah profesional.

Ade Indarta adalah penerjemah lepas dan anggota HPI selama 13 tahun. Kini Ade menjabat sebagai Kepala Divisi Pengembangan Profesi HPI. Beliau tinggal di Batam, Kepulauan Riau.

“Juru bahasa yang berintegritas adalah juru bahasa yang mampu mengerjakan tugas dengan kualitas tinggi sekaligus menjaga sikap profesional mereka. Itulah integritas!”

- Inanti P. Diran



HIMPUNAN PENERJEMAH INDONESIA

Jalan Ciputat Raya No. 6, 002/2, Pondok Pinang,
Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, 12310

Telepon: +62 878 0900 0041, +62 21 751 4548

Faksimile: +62 21 751 4548

Surel: sekretariat@hpi.or.id

Temukan HPI di ruang media sosial.



hpi.or.id