



**APLIKASI AYO WISATA KE CILACAP DALAM BAHASA MANDARIN DI DINAS  
PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA**

**Rochmat Mansursah<sup>1</sup>, Dyah Tjaturrini<sup>1\*</sup>, Kuntarto<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Faultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman  
email: [dyah.tjaturrini@unsoed.ac.id](mailto:dyah.tjaturrini@unsoed.ac.id)

**Abstract**

This article is entitled "Application for Ayo Wisata to Cilacap in Mandarin at the Department of Youth, Sports and Tourism of Cilacap Regency". This application is only available in Indonesian. This causes foreign tourists to find the problem of not being able to convey information clearly. Cilacap is one of the areas visited by many Chinese people both for work and for tourism. One of them is because they work at PLTU Cilacap. To fill their spare time or vacation when they are not working, they usually go to visit tourist destinations in Cilacap. The visit of Chinese tourists to Cilacap tourist destinations decreased during the Covid 19 pandemic. Therefore, in order to continue to provide tourism services as an effort to promote tourist destinations in Cilacap, the Let's Travel To Cilacap application was made in the Chinese version. This of course helps a lot of Chinese tourists, whether in Indonesia or in China, can still get this information easily. This video is made visually using the method of voiceover and subtitles. This, in addition to improving tourism services in Cilacap, also makes it easier for Chinese tourists to visually identify tourist attractions in Cilacap.

**Keywords:** *Tourism, Ayo Wisata Application, Destinations, Voiceover, Subtitles*

---

Alamat Koresponden : Fakultas Ilmu Budaya Universitas Jenderal  
Soedirman

E-mail : [dyah.tjaturrini@unsoed.ac.id](mailto:dyah.tjaturrini@unsoed.ac.id)

e-ISSN : xxxx-xxxx

p-ISSN : xxxx-xxxx

---

**Pendahuluan**

Pariwisata di Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan jumlah wisatawan yang begitu pesat. Menurut Widowati (2019) Kementerian Pariwisata (KEMENPAR) merilis data jumlah wisatawan Cina yang melakukan kunjungan ke Indonesia selama 5 tahun terakhir (2014 – 2018), terjadi kenaikan rata-rata 5,8% per tahun. Meningkatnya wisatawan dari Cina tentunya harus diiringi dengan fasilitas wisata yang memadai, salah satunya adalah dengan meningkatkan pelayanan informasi berbahasa Mandarin.

Salah satu kabupaten yang terkendala dengan minimnya informasi tempat wisata dalam bahasa Mandarin adalah Cilacap. Kabupaten Cilacap memiliki berbagai jenis daya tarik wisata seperti wisata alam yang mempesona diantaranya terdapat pantai Teluk Penyu dan pantai Widara Payung. Tidak hanya itu di sana juga terdapat wisata buatan yang ramai dikunjungi masyarakat lokal yaitu Benteng Pendem dan musium Soesilo Soedarman. Di sana terdapat desa wisata yang tidak kalah menarik dari daerah – daerah lain di Indonesia di antaranya ada desa wisata Cimendaway Indah dan desa wisata Karang Banar. Selain wisata alam dan wisata buatan terdapat juga wisata event yang diselenggarakan setiap satu tahun sekali yaitu festival Layang – layang dan festival Perahu Naga. Tidak ketinggalan pula oleh-oleh berupa kerajinan kerang dan oleh – oleh panginyongan yang dapat dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang – kenangan atau sebagai hidangan saat kumpul keluarga. Sedangkan kuliner yang ditawarkan untuk mengobati rasa lapar wisatawan yang berkunjung diantaranya ada Brekecek Pathak Jahan dan Sari Laut Cilacap. Hal ini tentunya menjadi peluang besar bagi Kabupaten Cilacap untuk mengembangkan sektor pariwisatanya sehingga dapat bermanfaat bagi daerah, masyarakat lokal, wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

Minimnya informasi mengenai destinasi wisata di Cilacap dalam bahasa asing salah satunya adalah bahasa Mandarin membuat semua hal yang menarik terkait semua destinasi wisata Cilacap tidak dapat diinformasikan dengan baik khususnya bagi wisatawan Cina. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis terdorong untuk menerjemahkan aplikasi “Ayo Wisata ke Cilacap” ke dalam bahasa Mandarin. Oleh karena itu lah judul artikel ini adalah Aplikasi Ayo Wisata Ke Cilacap Dalam Bahasa Mandarin Di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Cilacap. Artikel ini bertujuan selain sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pelayanan pariwisata di kabupaten Cilacap juga untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan Cina memperoleh informasi destinasi wisata di Cilacap.

## Metode

Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah:

### 1. Metode Jelajah Internet

Menurut Sakinah dkk. (2014) jelajah adalah bentuk komunikasi antara keinginan dan kebutuhan dasar manusia untuk mengeksplorasi untuk melakukan perjalanan sehingga dapat menemukan sesuatu yang baru dan menginspirasi. Sedangkan menurut Basri (2014) internet adalah jaringan global antar komputer untuk berkomunikasi dari suatu lokasi ke lokasi lain di belahan dunia. Berdasarkan pendapat di atas jelajah internet dapat diartikan sebagai perjalanan untuk menemukan sesuatu yang baru dan menginspirasi dari suatu lokasi ke lokasi lain melalui jaringan global antar komputer. Penulis menggunakan metode ini untuk mencari informasi terbaru seperti data jumlah kunjungan dan jarak tempuh menuju destinasi wisata.

### 2. Metode Studi Pustaka

Menurut Isdarmanto (2016) studi pustaka adalah pengumpulan data dengan membaca teks – teks tertulis, artikel tertulis, *soft copy edition* seperti *e-book*, majalah, surat kabar, bulletin, jurnal, laporan atau arsip organisasi. Sedangkan menurut Hart (dalam Aldianto, dkk., 2018) studi pustaka adalah pemilihan dokumen yang tersedia (baik yang diterbitkan dan tidak dipublikasikan) pada topik, yang berisi informasi, ide, data dan bukti yang ditulis dari sudut pandang tertentu untuk memenuhi tujuan tertentu atau mengungkapkan pandangan tertentu pada topik tersebut, bagaimana menyelidikinya, dan evaluasi efektif dari dokumen - dokumen ini dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan. Penulis menggunakan metode ini untuk mengumpulkan data atau informasi yang mendukung penulisan artikel. Metode ini

digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang berkaitan dengan sejarah Disporapar Kabupaten Cilacap.

### 3. Metode Observasi Non Partisipan

Menurut Dewi dkk. (2018), observasi adalah pengamatan terhadap keadaan, objek, atau peristiwa yang akan diteliti. Pengamatan yang dilaksanakan dengan maksimal akan menghasilkan berbagai informasi. Terdapat dua macam metode observasi yaitu metode observasi partisipan dan metode observasi non partisipan. Menurut Hasanah dkk. (2016), observasi non partisipan adalah metode observasi dimana pengamat tidak ambil bagian dalam kehidupan obyek yang diamati. Penulis menggunakan metode observasi dengan cara mengamati secara langsung obyek wisata dan tempat praktik kerja untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk melengkapi penyusunan artikel. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi – informasi penting yang ada di lokasi wisata seperti kelayakan fasilitas obyek wisata dan tempat kuliner.

## Hasil dan Pembahasan

Pariwisata Indonesia telah berkembang dengan pesat. Berkembangnya pariwisata daerah di Indonesia secara tidak langsung akan berdampak pada berkembangnya berbagai sektor pembangunan di daerah tersebut. Menurut Kurniawan (2015) pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha - usaha yang terkait di bidang tersebut. Pengelolaan daerah pariwisata yang baik akan membuat wisatawan tertarik untuk berwisata ke daerah tersebut. Menurut Suhendroyono dan Novitasari (2016) wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata memang benar - benar karena keinginannya sendiri tanpa paksaan dari pihak manapun. Daerah atau tempat wisata yang indah tidak serta merta menjadikan wisatawan mau berkunjung ke daerah atau tempat wisata tersebut. Menurut Spillane (dalam Mashudi dan Fauziah, 2019) ada lima unsur komponen pariwisata yang sangat penting, yaitu :

1. *Attractions* (daya tarik) dapat dikelompokkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* adalah daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata diantaranya kebun binatang, keratin, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya bisa diubah atau dipindah dengan mudah diantaranya festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.
2. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan). Fasilitas turut menjadi salah satu faktor yang akan dipertimbangkan pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum sehingga sangat dibutuhkan fasilitas penginapan.
3. *Infrastructure* (infrastruktur). Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah jika belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dirasakan baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka bagi penduduk yang bukan wisatawanpun dapat merasakan manfaatnya. Infrastruktur yang baik berpengaruh pada kenyamanan wisatawan.
4. *Transportations* (transportasi). Dalam objek wisata, kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan baik jalur darat, laut maupun udara sangat dibutuhkan karena dapat memengaruhi jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata.
5. *Hospitality* (keramahtamahan) Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak

mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan didatangi.

Unsur-unsur tersebut menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan yang akan berkunjung ke daerah atau tempat wisata. Semakin baiknya ketersediaan dan pengelolaan unsur-unsur tersebut akan semakin meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Selain kelima unsur di atas, ada hal lain yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan Cina dalam memilih destinasi wisata di Cilacap. Penulis membantu menerjemahkan aplikasi Ayo Wisata ke Cilacap dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Mandarin. Ada dua jenis penerjemahan yang penulis lakukan, yaitu penerjemahan teks dan penerjemahan visual. Pertama, penulis menerjemahkan tulisan terlebih dahulu, kemudian hasil terjemahan tulisan tersebut diterapkan kedalam penerjemahan visual. Sebelum memulai penerjemahan ada beberapa tahap persiapan yang dilakukan oleh penulis, yaitu : penulis memulai dengan membaca dan memahami teks, kemudian menerjemahkan teks, setelah itu melakukan perbaikan.

Tahap membaca dan memahami teks dilakukan penulis secara berulang-ulang dengan tujuan dapat memahami maksud dan tujuan teks tersebut. Dengan memahami teks tersebut dapat membantu dalam proses penerjemahan sehingga lebih akurat. Tahapan selanjutnya adalah menerjemahkan teks. Pada tahap ini penulis menggunakan metode penerjemahan komunikatif dan kata demi kata, serta ditambah dengan cara mengelompokkan kosakata yang ada menjadi kosakata umum dan kosakata khusus. Tahap terakhir adalah tahap perbaikan teks terjemahan. Perbaikan teks terjemahan dilakukan demi mendapatkan hasil terjemahan yang mudah dipahami.

Dalam proses penerjemahan informasi aplikasi Ayo Wisata ke Cilacap, penulis menggunakan dua jenis penerjemahan, yaitu penerjemahan teks dan penerjemahan visual. Kedua jenis penerjemahan ini memiliki tujuan masing-masing. Penulis memilih melakukan penerjemahan teks terlebih dahulu jenis untuk mengurangi resiko terjadinya kesalahan dalam penerjemahan visual.

Proses penerjemahan yang pertama kali penulis lakukan adalah penerjemahan teks. Dalam proses ini penulis menerjemahkan teks informasi dari bahasa Indonesia kedalam bahasa Mandarin dengan berbagai metode dan tahapan. Dengan tujuan dapat membantu mempromosikan obyek wisata yang ada di kabupaten Cilacap sesuai dengan data yang terdapat pada Aplikasi.

Dalam proses penerjemahan ini terdapat dua metode yang penulis yaitu metode komunikatif dan kata demi kata (*word for word translation*). Metode komunikatif penulis gunakan sebagai metode utama dan metode kata demi kata penulis gunakan sebagai metode pendukung. Selanjutnya penulis menggunakan tiga tahapan yaitu tahap pemahaman teks, tahap penerjemahan teks, dan tahap perbaikan hasil penerjemahan teks. Sesuai dengan pendapat Kusumawati (2017) yang menyebutkan bahwa proses penerjemahan terdiri dari tiga tahapan yaitu tahap pemahaman teks, tahap penerjemahan teks, dan tahap perbaikan hasil terjemahan teks.

Dalam proses penerjemahan selain diperlukan metode yang tepat juga diperlukan berbagai macam tahapan untuk mendukung proses tersebut yang tujuannya untuk memudahkan penulis dalam penerjemahan serta mengurangi tingkat kesalahan penerjemahan. Untuk itu penulis menggunakan 3 macam tahapan yaitu:

1. Tahap pemahaman teks

Pada tahap ini, penulis membaca teks berulang-ulang sehingga dapat memahami isi teks informasi pada aplikasi Ayo Wisata ke Cilacap secara keseluruhan. Tujuan dari tahap ini adalah meminimalisir kesalahan dalam penulis memahami informasi tersebut pada saat penerjemahan.

## 2. Tahap penerjemahan teks

Setelah mempelajari teks dan memahami pesan yang ingin disampaikan, penulis memulai tahap penerjemahan aplikasi. Dalam tahap ini penulis menggunakan metode penerjemahan kata demi kata (*word of word translation*). Selanjutnya untuk mempermudah proses penerjemahan, penulis melakukan penerjemahan dengan mengelompokkan kosakata yang ada menjadi kosakata umum dan kosakata khusus. Kosa kata umum yang dijumpai di dalam aplikasi terkait dengan pariwisata adalah 海滩 (*Hǎitān* ; pantai)、旅行 (*Lǚxíng* : wisata)、旅客 (*Lǚkè* : wisatawan)、效力 (*Xiàolì* : potensi)、海 (*Hǎi* : laut)、dan 便利设施 (*Biànlì shèshī* : fasilitas). Sedangkan kosa kata khusus yang juga ditemui dalam aplikasi Ayo Wisata Ke Cilacap antara lain 全景图 (*Quánjǐng tú* : panorama)、大气层 (*Dàqìcéng* : suasana)、组态 (*Zǔ tài* ; konfigurasi)、dan 隧道 (*Suìdào* ; terowongan)

Tahap akhir adalah perbaikan hasil terjemahan yang disebut penghalusan. Pada tahapan ini penulis menggunakan metode penerjemahan komunikatif, yaitu dengan mengubah penerjemahan dari kalimat yang sudah diterjemahkan menggunakan metode kata demi kata kedalam kalimat yang lebih sederhana dan mudah dipahami.

Berikut adalah salah satu contoh penggunaan metode penerjemahan komunikatif dan metode kata demi kata

### **Kalimat Bahasa Indonesia (BSu)**

Obyek wisata ini merupakan obyek wisata andalan yang dimiliki Kabupaten Cilacap, jaraknya sangat dekat dengan pusat kota yaitu hanya sekitar kurang lebih 2 kilometer

### **Kalimat Bahasa Mandarin (BSa 1)**

这个旅游对象是Cilacap地区拥有的主要旅游景点，它非常靠近市中心。大约只有2公里。  
(*zhège lǚyóu duìxiàng shì Cilacap dìqū yǒngyǒu de zhǔyào lǚyóu jǐngdiǎn, tā fēicháng kàojìn shì zhōngxīn. Dàyuē zhǐyǒu 2 gōnglǐ*)

### **Kalimat Bahasa Mandarin (BSa 2)**

这个游胜地是Cilacap的游胜地距中心2公里 (Zhège lǚyóu shèngdì shì Cilacap de zhōngliú zhīzhù. Jù shì zhōngxīn 2 gōnglǐ)

Penerjemahan berikutnya yang penulis lakukan adalah penerjemahan visual. Penerjemahan visual dilakukan untuk mengubah penerjemahan berupa teks kedalam bentuk video. Penggunaan video dalam penerjemahan ini dipilih karena informasi berupa teks dianggap sudah biasa dan kurang menarik bagi masyarakat. Disisi lain beberapa kalangan masyarakat kini lebih menyukai menonton tayangan melalui aplikasi seperti Youtube, Instagram, Facebook dan aplikasi semisalnya. Penggunaan penerjemahan visual ini selain untuk menarik minat dan memudahkan penonton atau pengunjung dalam mendapatkan informasi wisata, juga bertujuan untuk memudahkan mereka dalam mengenali destinasi wisata yang ada di Kabupaten Cilacap.

Dalam penerjemahan ini penulis memilih menggunakan metode *dubbing* (sulih suara). Meskipun penggunaan penerjemahan dengan metode sulih suara telah banyak dijumpai di berbagai media visual, namun penggunaan metode ini belum dijumpai dalam pemberian informasi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Cilacap. Dengan adanya video menggunakan metode *dubbing* ini masyarakat dapat lebih mudah memahami dan mendapatkan informasi destinasi wisata di Kabupaten Cilacap.

## Kesimpulan

Untuk meningkatkan pelayanan pariwisata suatu daerah dibutuhkan media promosi yang sangat tepat dan sesuai. Aplikasi Ayo Wisata Ke Cilacap dalam versi bahasa Mandarin bertujuan agar para wisatawan Cina dapat memperoleh informasi apapun terkait destinasi wisata di Cilacap dengan mudah. Dengan ada aplikasi Ayo Wisata Ke Cilacap dalam bahasa Mandarin wisatawan Cina tidak perlu harus mendatangi kabupaten Cilacap langsung tetapi dapat menikmatinya secara visual. Dengan adanya aplikasi Ayo Wisata Ke Cilacap dalam bahasa Mandarin diharapkan akan dapat mempromosikan semua destinasi wisata di Cilacap lebih luas lagi.

## Referensi

- Adipuryanti, N. P., & Sudibia, I. (2015). "Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk yang Bekerja dan Investasi terhadap Ketimpangan Distribusi Pendapatan melalui Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten/Kota di Provinsi Bali". *Jurnal Kependudukan dan Sumber Daya Manusia*, 9(1), 24.
- Amri, N. (2017). "Kriteria dalam Penerjemahan *Subtitle* Film *Django Unchained* dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia". *Jurnal Kata*, 1(1), 81.
- Arifatun, N. (2012). "Kesalahan Penerjemahan Teks Bahasa Indonesia ke Bahasa Arab Melalui Google Translate (Studi Analisis Sintaksis)". *Journal of Arabic Learning and Teaching*, 1(1), 3.
- Hasanah, H. (2016). "Teknik - teknik Observasi". *Jurnal at-Taqaddum*, 8(1), 36.
- Irviani, R., & Oktaviana, R. (2017). "Aplikasi Perpustakaan pada SMA N1 Kelumbayan Barat Menggunakan Visual Basic". *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 8(1), 64.
- Isdarmanto. (2016). "Studi Kelayakan Aspek Strategis Desa Wisata Tembi untuk Meningkatkan Pariwisata dan Perekonomian Kabupaten Bantul Yogyakarta". *Jurnal Kepariwisata*, 10(1), 57.
- Kurniawan, W. (2015). "Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang". *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia*, 4(4), 445.
- Kurniawati, E., Hamid, D., & Hakim, L. (2018). "Peran Masyarakat dalam Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 9.
- Mashudi, & Fauziah, L. (2019). "Formulasi Pengembangan Destinasi Pariwisata : Tinjauan Strategis dalam Perspektif Collaborative Governance". *Jurnal Collaborative Governance dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia*, 1(1), 412-413.
- Setiawan, K., Dhyaningrum, A., & Pascarina, H. (2018, November 14-15). "Strategi Penerjemahan dan Kesepadanan Makna pada Terjemahan *Subtitle* Film "Turah"

Mengangkat Bahasa Jawa Ngapak ke Kancan Internasional". *Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan VIII*, 261.

Suhendroyono, & Novitasari, R. (2016). "Pengelolaan Wisata Alam Watu Payung Sebagai Ikon Wisata Berbasis Budaya di Gunung Kidul Yogyakarta". *Jurnal Kepariwisata*, 10(1), 45.

Toybah, N. R. (2016). "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU". *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 4(7), 57.

Winarso, D., Syahril, Aryanto, Arribe, E., & Diansyah, R. (2017). "Pemanfaatan Internet Sehat Menuju Kehidupan Berkemajuan". *Jurnal UntukMu NegeRI*, 1(1), 21.