

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa adalah sistem simbol bunyi yang bermakna yang berartikulasi (dilakukan oleh alat ucap) yang bersifat arbiter dan konvensional, yang dipakai sebagai alat komunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pemikiran (Wibowo, 2001:3). Bahasa merupakan suatu wujud yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan. Manusia sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain sehingga harus bersosialisasi dengan makhluk yang lain.

Manusia berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Suatu interaksi membutuhkan suatu komunikasi yang dapat dimengerti dan dipahami satu sama lain. Proses komunikasi membutuhkan suatu alat untuk menyampaikan pesan yang diinginkan. Fungsi bahasa utama yaitu sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh setiap manusia dalam kehidupannya mulai dari bangun tidur, melakukan aktifitas sehingga akan tidur lagi. Pada umumnya seluruh kegiatan manusia selalu melibatkan bahasa sebagai sarana untuk berinteraksi antar sesama. Seseorang dapat mengungkapkan ide, gagasan, pikiran, keinginan, dan menyampaikan pendapat dan informasi melalui bahasa sehingga bahasa merupakan sarana komunikasi yang utama.

Iklan yang menawarkan suatu produk atau jasa yang ditujukan oleh masyarakat lewat suatu media (Rheinald,1995:9) Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang terdiri atas informasi-informasi dan gagasan tentang produk yang ditujukan khalayak ramai secara serempak untuk memperoleh sambutan

baik. Wujud iklan dapat berupa gambar, kata-kata bahkan keduanya. Mengingat bahwa iklan yang berupa gambar/foto tanpa disertai dengan kata-kata penjelas akan terasa sulit untuk dimengerti.

Pola kalimat iklan untuk media cetak dan penyiaran hampir sama, hanya bentuknya yang berbeda karena perbedaan karakteristik medium. Pola kalimat iklan yang mudah dan jelas untuk diamati adalah pola kalimat iklan media cetak. Penggunaan bahasa asing di ruang umum atau media masa telah menjadi kebiasaan sehingga mengakibatkan lunturnya bahasa dan budaya Indonesia yang secara perlahan tetapi pasti. Misalnya, masyarakat lebih cenderung memilih “*pull*” untuk “dorong” dan “*push*” untuk “tarik”, serta “*welcome*” untuk “selamat datang”.

Masyarakat yang berbahasa lebih dari satu bahasa, maka akan muncul alih kode dan campur kode yang disebabkan oleh kemampuan dwibahasa. Bila dua atau lebih bahasa bertemu karena digunakan oleh masyarakat dari komunitas bahasa yang sama maka akan terjadi transfer bahasa satu ke bahasa lain yaitu bahasa sumber ke bahasa peneriman. Akibatnya terjadi *interference* sebagaimana diistilahkan Weinreich (dalam Paul, 2002:72) proses terjadinya interferensi sejalan dengan proses terjadinya difusi kebudayaan (*cultural diffusion*). Gejala interferensi dapat dilihat dalam tiga dimensi kejadian. Pertama, dimensi tingkah laku berbahasa dari individu di tengah masyarakat. Kedua, dimensi sistem bahasa dikenal dengan sebutan interferensi sistemik, yaitu pungutan bahasa. Ketiga, dimensi pembelajaran bahasa dikenal dengan sebutan interferensi pendidikan (Ohoiwutun, 2002:72-74).

Pada satu sisi interferensi dipandang sebagai "pengacauan" karena "merusak" sistem suatu bahasa, tetapi pada sisi lain interferensi dipandang sebagai suatu mekanisme yang paling penting dan dominan untuk mengembangkan suatu bahasa yang masih perlu pengembangan. Interferensi, kosakata bahasa resipien diperkaya oleh kosakata bahasa donor, yang pada mulanya dianggap sebagai unsur pinjaman tetapi kemudian tidak lagi karena kosakata itu telah berintegrasi menjadi bagian dari bahasa resipien. Integrasi adalah unsur-unsur bahasa lain yang digunakan dalam bahasa tertentu dan dianggap sudah menjadi warga bahasa tersebut, tidak sebagai unsur pinjaman.

Penerimaan unsur bahasa lain dalam bahasa tertentu sampai menjadi berstatus integrasi memerlukan waktu dan tahap yang relatif panjang. Pada mulanya seorang penutur suatu bahasa menggunakan unsur bahasa lain itu dalam tuturannya sebagai unsur pinjaman karena terasa diperlukan, misalnya karena dalam B1-nya unsur tersebut belum ada padanannya. Kalau kemudian unsur asing yang digunakan itu bisa diterima dan digunakan juga oleh orang lain, maka jadilah unsur tersebut berstatus sebagai unsur yang sudah berintegrasi (Chaer dan Leoni, 2004:168-169).

Iklan lowongan kerja berbagai media cetak banyak yang menggunakan bahasa Inggris. Tujuan dari iklan lowongan kerja tersebut apakah untuk orang Indonesia yang bisa berbahasa Inggris atau orang asing yang sedang bekerja di Indonesia atau orang asing yang berada di luar Indonesia. Perusahaan, lembaga, atau instansi yang menggunakan bahasa Inggris dalam iklan lowongan kerjanya hanya sekedar gaya semata.

Iklan lowongan kerja ataupun iklan yang lain seharusnya menggunakan bahasa Indonesia, walaupun iklan tersebut ditujukan kepada orang asing tapi tetap menggunakan bahasa Indonesia. Iklan lowongan kerja yang mencari orang Indonesia yang bisa berbahasa asing menggunakan bahasa Indonesia hanya ditambahkan persyaratan bisa berbahasa asing. Iklan di surat kabar seperti *Kompas* dan beberapa surat kabar lainnya memuat iklan dengan bahasa asing terutama bahasa Inggris. Demikian pula dengan beberapa terbitan di beberapa daerah sudah terkena iklan bahasa asing.

Berdasarkan paparan di atas dapat ditentukan permasalahan tentang penggunaan bahasa asing yang terdapat dalam media massa cetak dalam iklan lowongan pekerjaan. Media massa cetak *Kompas* menarik untuk dijadikan bahan peneliti. Judul **“INTERFERENSI PADA IKLAN LOWONGAN PEKERJAAN DI SURAT KABAR *KOMPAS* EDISI BULAN MEI 2010”** menarik untuk diteliti lebih mendalam.

B. Pembatasan Masalah

Untuk mencapai tujuan yang jelas dalam suatu penelitian perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah berfokus pada bahasa asing iklan lowongan pekerjaan surat kabar *Kompas* edisi bulan Mei tahun 2010.

C. Perumusan Masalah

Dari pembatasan masalah di atas ada dua masalah yang perlu dicari jawabannya.

1. Bagaimana variasi kata bahasa asing dalam iklan lowongan pekerjaan surat kabar *Kompas* edisi bulan Mei edisi tahun 2010?
2. Bagaimana makna bahasa asing yang terkandung dalam iklan lowongan pekerjaan surat kabar *Kompas* edisi bulan Mei edisi tahun 2010?
3. Bagaimana pengaruh interferensi dalam iklan lowongan pekerjaan surat kabar *Kompas* edisi bulan Mei edisi tahun 2010?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ada dua.

1. Mendeskripsikan variasi kata bahasa asing dalam iklan lowongan pekerjaan surat kabar *Kompas* edisi bulan Mei edisi tahun 2010.
2. Mendeskripsikan makna bahasa asing yang terkandung dalam iklan lowongan pekerjaan surat kabar *Kompas* edisi bulan Mei Edisi tahun 2010.
3. Mendeskripsikan pengaruh interferensi dalam iklan lowongan pekerjaan surat kabar *Kompas* edisi bulan Mei edisi tahun 2010?

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat hasil peneliti diharapkan memiliki manfaat baik teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Sebagai sumber tambahan dan informasi ilmu pengetahuan bidang linguistik khususnya mengenai interferensi dalam iklan lowongan pekerjaan dalam media massa surat kabar.

2. Secara Praktis

- a. Memberikan sumbangan informasi bagi penulis dalam membuat sebuah tulisan khususnya media massa cetak
- b. Sebagai salah satu tinjauan pustaka bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian sejenis.