BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia pada umumnya menguasai dua bahasa, yaitu bahasa Daerah dan bahasa Indonesia. Penguasaan dua bahasa tersebut dalam sosiolingistik disebut dengan kedwibahasaan (bilingualisme). Menurut Rahardi (2001 : 6) bilingualisme adalah penguasaan atas paling tidak dua bahasa, yakni bahasa pertama dan bahasa kedua.

Secara garis besar sarana komunikasi verbal dibedakan menjadi dua macam, yaitu sarana komunikasi yang berupa bahasa lisan dan sarana komunikasi yang berupa bahasa tulis. Wacana *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013 ini merupakan salah satu contoh dari sarana komunikasi tulis.

Wacana *iklan plesetan* di *google* merupakan salah satu contoh wacana humor di internet, pada wacana tersebut banyak terdapat beberapa bahasa yang menggunakan campur kode antara bahasa Indonesia –bahasa Jawa dan bahasa Indonesia-bahasa Inggris. Misalnya: (1) Plesetan iklan kapal api yang diubah menjadi iklan kadal adi (nama kopi) “kadal adi, jelas ora enak, sepi sial”. Kata *jelas* masih merupakan bahasa Indonesia, sedangkan kata *kadal*, dan *ora enak* merupakan bahasa jawa. (2) Iklan biskuit kelapa yang diplesetakan menjadi “biskuit kepala, coconout biskuit”. (Indonesia+Inggris). Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji campur kode yang terdapat pada wacana *iklan plesetan* di *google.*

Bahasa dalam iklan tersebut sering menggunakan campur kode. Campur kode adalah penggunaan dua bahasa atau lebih atau ragam bahasa secara santai (Subyakto dalam Suwandi, 2008:86). Mengkaji campur kode dalam proses komunikasi merupakan suatu kegiatan yang menarik. Sekurang-kurangnya ada dua alasan. (1) Masyarakat kita termasuk pelajar, merupakan dwibahasaan, bahkan multibahasa. (2) Hal ini penting diperhatikan oleh guru dalam rangka upaya melakukan pembinaan bahasa Indonesia.

Adanya penggunaan campur kode dalam wacana *iklan plesetan* di *google* ini secara kebahasaan sangat menarik untuk diteliti. Dalam wacana *plesetan* di *google* ini, disamping menggunakan bahasa Indonesia juga menggunakan bahasa Asing dan Jawa. Pencampuran bahasa dalam *iklan plesetan* di *google* tersebut menarik minat seseorang untuk melihat dan membacanya.

Menurut Kridalaksana (2001:50) bahasa mempunyai dua pengertian, sebagai alat komunikasi verbal dan sistem lambang bunyi yang arbiter. Digunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Bahasa adalah salah satu ciri pembela utama manusia dari mahluk hidup yang lainnya di dunia ini. Bahasa mempunyai fungsi yang penting bagi manusia, termasuk fungsi komunikatif.

Cara manusia dalam berbahasa tidak hanya secara lisan, tetapi juga secara tertulis. Mereka mengemukakan pendapat dan ide kreatifnnya dalam bentuk tulisan. Salah satu tempat kegiatan diatas adalah dengan menggunakan media massa. Dalam komunikasi melalui media massa, penutur harus

menyampaikan maksudnya secara benar dan tepat, yaitu menginformasikan kepada lawan tuturnya.

Pada kenyataannya memang banyak pembaca iklan di google yang terlebih dahulu membaca iklan. Alasannya mereka telah jenuh membaca berita kriminal dan politik. Mereka menginginkan bacaan yang ringan, tidak membebani serta segar dan menghibur. Pembaca berharap dengan membaca *iklan* di *google*, mereka akan terhibur meski hanya sesaat.

Humor termasuk salah satu sarana komunikasi, seperti untuk menyampaikan informasi, menyatakan rasa senang, rasa marah, simpati dan sebagainya. Sebagai sarana komunikasi apabila dipergunakan secara tepat humor dapat mengemban beragam fungsi. Di antaranya: 1) Humor dapat mengendurkan ketegangan atau fungsi sebagai katup penyelamat, 2) Dalam pertemuan ilmiah humor pun dapat menjadi bumbu penyedap sehingga lebih santai atau terhibur.

Bersadarkan uraian tersebut, penelitian ini akan membahas mengenai " Penggunaan Campur Kode pada Wacana *Iklan Plesetan* Di *Google* Edisi Maret 2013".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana wujud campur kode pada wacana *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013?

2. Apa saja faktor yang menyebabkan penggunaan campur kode pada wacana *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, ada dua tujuan yang telah dicapai.

1. Mendeskripsikan wujud campur kode pada wacana *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013.
2. Mengidentifikasi faktor yang menyebabkan campur kode pada wacana *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoristis
   a. Meningkatkan pemahaman dalam penggunaaan campur kode.
   b. Memberikan gambaran tentang ragam bahasa ampur kode yang terdapat dalam *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013.
   c. Dapat digunakan sebagai penambahan pemahaman dan pengetahuan tentang penggunaan campur kode yang terdapat dalam *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013.
   d. Mengungkapkan temuan baru bagaimana campur kode yang digunakan dalam *iklan plesetan* di *google* edisi Maret 2013.

2. Manfaat Praktis

   a. Dalam dijadikan acuhan dalam penelitian lain.

   b. Dapat memperkenalkan bahwa bahasa campur kode yang terdapat dalam.

   c. Sebagai tambahan khasah ilmu pengetahuan bagi peneliti dan pembaca dalam bidang linguistik.