

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang penelitian

Manusia berinteraksi dengan sesamanya tidak dapat dipisahkan dari bahasa. Bahasa memegang peranan sebagai sarana komunikasi. Adapun proses komunikasi yang dipakai para penutur menggunakan beragam bahasa. Keberagaman bahasa dapat dilihat dari seseorang yang berkomunikasi dengan sesama. Beragamnya pemakaian itu, ternyata menimbulkan keanekaragaman bahasa dalam kehidupan sehari-hari.

Secara garis besar sarana komunikasi verbal dibedakan menjadi dua, yakni sarana komunikasi yang berupa lisan dan sarana komunikasi yang berupa tulis. Wacana iklan di harian *Suara Merdeka* ini salah satu contoh dari sarana komunikasi tulis. Cara manusia dalam berkomunikasi tidak hanya secara lisan, tetapi juga tertulis. Seseorang mengemukakan pendapat berdasarkan ide dan kreatifnya dengan bentuk tulisan, salah satunya di media massa.

Berkomunikasi di media massa penutur menyampaikan maksud dan tujuan tuturan dengan benar dan tepat dalam menginformasikan kepada pembaca. Alasan para pembaca tertarik pada wacana iklan karena penutur menggunakan percampuran bahasa yang membuat suatu iklan tersebut menjadi menarik.

Masyarakat Indonesia pada umumnya menguasai berbagai macam bahasa, diantaranya bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Penguasaan dua bahasa dalam sosiolinguistik disebut dwibahasawan atau orang yang bilingual (berdwibahasa).

Menurut Rahardi (2001:6) bilingualisme sama halnya dengan penguasaan atas paling tidak dua bahasa, yakni bahasa pertama dan kedua.

Wacana iklan di harian *Suara Merdeka* termasuk salah satu contoh wacana yang memperkenalkan berbagai produk. Wacana tersebut terdapat bahasa yang menggunakan campur kode antara bahasa Indonesia-bahasa Jawa dan bahasa Indonesia-bahasa Inggris. Misalnya:

Data pertama:

Jumat, 5 September 2014

“Lucky Holiday Grand Prize Trips To Bali”

Beli Lenovo Vibe Z, Vibe X, S930, S860, S660, Atau A3961I, dan menangkan hadiahnya.

“Beruntung Liburan Hadiah Besar Perjalanan ke Bali”

Beli Lenovo Vibe Z, Vibe X, S930, S860, S660, Atau A3961I, danmenangkanhadiahnya.

Lucky Holiday Grand Prize Trips To Bali pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* tersebut menunjukkan adanya peristiwa campur kode antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Pada kalimat *“Lucky Holiday Grand Prize Trips To Bali”* artinya beruntung liburan hadiah besar perjalanan ke Bali. Setiap pembelian produk Lenovo berhak memenangkan hadiah liburan pergi ke Bali. Produk Lenovo dengan tipe: Lenovo Vibe Z, Vibe X, S930, S860, S660, dan A3961I akan mendapatkan hadiah sesuai dengan tipe produk yang dibeli.

Data kedua:

Senin, 6 oktober 2014

DJARUM SUPER MILD

Pleasure. Style. Confidence

Peringatan: Merokok Membunuhmu.

Pleasure, style, confidence pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* tersebut menunjukkan adanya peristiwa campur kode yang berupa penyisipan kata dari bahasa Inggris yakni kata *pleasure* yang berarti kesenangan. Kesenangan yang diperoleh seseorang dalam kepuasan tersendiri. *Style* yang berarti gaya. Gaya yang dimiliki seseorang untuk menarik perhatian. *Confidence* yang berarti keyakinan. Keyakinan bahwa seseorang percaya pada diri sendiri. Peristiwa campur kode pada wacana iklan di atas menarik perhatian konsumen untuk membeli dan memperingatkan bahwa merokok juga membunuhmu.

Data ketiga:

Sampun rawuh. Datsun Go Panca.

(Jumat, 17 Oktober 2014)

Selamat Datang. Datsun Go Panca.

Sampun rawuh pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* merupakan proses pembentukan campur kode yang berupa kata kerja yang berasal dari bahasa Jawa. *Sampun rawuh* dalam bahasa Indonesia yakni ‘Selamat datang’. Iklan pada data di atas menunjukkan adanya peristiwa campur kode dengan menggunakan bahasa yang lebih dari satu yakni bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Iklan di atas mempromosikan sebuah produk mobil Daihatsu Go Panca yang mempunyai bentuk bodi yang unik dengan kemewahan di dalamnya, sehingga membuat penggunaanya nyaman saat mengemudikan.

Peristiwa campur kode terjadi karena tidak ada ungkapan yang tepat dalam bahasa yang sedang digunakan dan harus memakai bahasa lain atau ungkapan dari bahasa asing dalam bahasa tulis. Campur kode terjadi apabila seorang penutur menggunakan suatu bahasa secara dominan, mendukung suatu tuturan disisipi dengan unsur bahasa lain (Azhar, 2011:16). Mengkaji campur kode dalam proses

komunikasi merupakan suatu kajian yang menarik. Ada dua alasan yaitu masyarakat yang termasuk pelajar sebagai dwibahasaan dan ahli bahasawan yang menggunakan bahasa untuk menyampaikan suatu gagasan.

Adanya peristiwa campur kode pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* ini secara kebahasaan menarik untuk dikaji. Wacana iklan di harian *Suara Merdeka* ini, tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia tetapi juga menggunakan bahasa Jawa dan bahasa Asing. Percampuran bahasa pada wacana iklan tersebut menarik minat seseorang untuk melihat dan membaca.

Surat kabar yang terbit di Semarang, Jawa Tengah salah satunya harian *Suara Merdeka*. *Suara Merdeka* termasuk surat kabar yang terkenal di masyarakat (Jawa Tengah) dengan jumlah pasar terbesar di Jawa Tengah. Di dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* terdapat berbagai topik, seperti topik mengenai hukum dan kriminalitas, ekonomi-bisnis, dan iklan. Alasan peneliti meneliti topik iklan, karena bahasa yang terdapat di iklan tersebut mengandung peristiwa campur kode. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan membahas mengenai “Campur Kode pada Wacana Iklan di Harian *Suara Merdeka* Edisi September-Oktober 2014 Kajian Sociolinguistik”.

B. Pembatasan Masalah

Penelitian ini penulis memberikan batasan dan mengkhususkan pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* edisi September-Oktober 2014, yaitu untuk mengetahui bentuk dan faktor penyebab campur kode pada wacana iklan tersebut.

C. Perumusan Masalah

Peneliti merumuskan dua permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimanakah bentuk campur kode pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* edisi September-Oktober 2014?
2. Apa penyebab campur kode pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* edisi September-Oktober 2014?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Mendeskripsikan bentuk campur kode pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* edisi September-Oktober 2014.
2. Mendeskripsikan faktor penyebab campur kode pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* edisi September-Oktober 2014.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk memperkaya bidang ilmu pengetahuan pada umumnya serta masyarakat keseluruhan. Adapun manfaat teoretis dan praktis yakni sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang campur kode bahasa dan dapat menjadi salah satu tinjauan pustaka untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman tentang penggunaan campur kode serta memperdalam pengetahuan untuk memberikan

informasi yang berhubungan dengan surat kabar, khususnya campur kode pada wacana iklan di harian *Suara Merdeka* edisi September-Oktober 2014 kajian Sociolinguistik.