

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang dipergunakan oleh masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri (Kridalaksana , 2014:1). Bahasa merupakan upaya untuk mengetahui serta memahami hakikat bahasa (Tarigan, 1987:2). Bahasa memiliki fungsi, sifat, dan ciri-ciri yang tidak sedikit, tidak hanya sekedar untuk berinteraksi namun masih banyak lagi kegunaan bahasa di dalam kehidupan sehari-hari seperti terjadinya bahasa campur kode di dalam kehidupan sehari-hari mulai dari tata bahasa berbicaranya menggunakan campuran, penutur semula berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris namun lawan bicaranya menggunakan bahasa Inggris bercampur dengan bahasa Indonesia sehingga percakapan tersebut terjadinya bahasa campur kode. Jadi, dengan belajar bahasa dapat menjadikan seseorang baik dalam melakukan hubungan sosial yang dinamis antar individu maupun antar kelompok dengan menggunakan bahasa yang baik, sopan serta dapat menunjukkan kepribadian yang baik.

Perkembangan teknologi dan komunikasi visual telah membentuk cara manusia berinteraksi dan memperoleh informasi. Salah satu bentuk komunikasi visual yang luas digunakan adalah spanduk. Spanduk menjadi media efektif untuk menyampaikan pesan, termasuk iklan, promosi, dan informasi publik. Kota Cirebon, sebagai kota industri dan perdagangan, memiliki banyak spanduk yang memuat campur kode tertentu. Campur kode tersebut mencerminkan dinamika Sociolinguistik masyarakat Cirebon yang multilingual dan multikultural, mempengaruhi cara berkomunikasi dan membangun identitas. Pembelajaran teks iklan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas 8 menjadi penting karena membantu siswa memahami struktur, fungsi, dan makna teks iklan. Namun, pembelajaran ini seringkali masih terbatas pada teori dan contoh-contoh yang kurang relevan dengan kehidupan. Spanduk di kota Cirebon dapat menjadi sumber belajar yang autentik dan menarik bagi siswa.

Dengan menganalisis kode-kode pada spanduk, siswa dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang struktur teks iklan, teknik persuasi, dan makna yang terkandung.

Campur kode adalah penggabungan dua bahasa atau lebih dalam satu konteks. Campur kode sudah tidak asing lagi didengar saat penutur dan mitra tutur saling berkomunikasi. Fenomena ini terjadi karena pada umumnya mayoritas masyarakat Indonesia menguasai dua bahasa, yaitu bahasa daerah sebagai bahasa pertama dan bahasa Indonesia yang merupakan bahasa nasional sebagai bahasa kedua. Selain kedua bahasa tersebut, sebagian pelajar dan pengajar juga menguasai bahasa asing salah satunya bahasa Inggris. Masyarakat yang menguasai lebih dari satu bahasa disebut bilingual atau dwibahasawan bahkan ada yang menguasai lebih dari dua bahasa disebut multilingual. Hal ini sering terjadinya campur kode pada proses komunikasi yang dilakukan oleh penutur dan mitra tutur bilingual maupun multilingual. Menurut Chaer (2004: 151) campur kode merupakan sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan dan memiliki fungsi keotomiannya, sedangkan kode-kode lain yang terlibat dalam peristiwa tutur itu hanyalah berupa serpihan-serpihan, tanpa fungsi atau keotomian sebagai sebuah kode, campur kode terjadi apa bila penutur bahasa Indonesia memasukan unsur-unsur bahasa daerah atau bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia.

Kota Cirebon, yang terletak di pesisir utara Pulau Jawa, merupakan wilayah yang memiliki keunikan tersendiri dalam konteks Sociolinguistik. Sebagai kota yang berada di perbatasan antara Jawa Barat dan Jawa Tengah, Cirebon memiliki karakteristik kebahasaan yang khas, yakni terjadi pertemuan antara bahasa Sunda, bahasa Jawa (dalam hal ini dialek Cirebon atau sering disebut bahasa Cirebon), dan bahasa Indonesia. Posisi strategis Cirebon sebagai kota pelabuhan sejak masa lampau juga telah menciptakan lingkungan multilingual yang kompleks dengan adanya pengaruh dari berbagai bahasa pendatang, termasuk bahasa Arab, Tionghoa, dan dalam perkembangan modern, bahasa Inggris.

Fenomena campur kode yang terjadi di ruang publik wilayah Cirebon

menjadi semakin menarik untuk dikaji mengingat beberapa faktor. Pertama, perkembangan Cirebon sebagai kota wisata dan perdagangan telah mendorong penggunaan bahasa yang lebih beragam di ruang publik, seperti yang terlihat pada spanduk yang ada dipinggir jalan khususnya wilayah kampus Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Kedua, identitas kultural Cirebon yang kuat sebagai kota wali, dengan pengaruh budaya keraton yang masih bertahan, menciptakan dinamika tersendiri dalam penggunaan bahasa di ruang publik, di mana unsur-unsur bahasa tradisional bercampur dengan bahasa modern.

Aspek pendidikan juga memberikan kontribusi penting dalam fenomena campur kode di Cirebon. Keberadaan berbagai institusi pendidikan, mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi, telah menciptakan komunitas terdidik yang cenderung menggunakan campur kode sebagai strategi komunikasi. Hal ini terutama terlihat pada penggunaan bahasa di media sosial, iklan, dan komunikasi publik lainnya yang sering mencampurkan unsur bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Faktor sosial budaya Cirebon yang unik, dengan percampuran budaya Jawa, Sunda, Islam, dan pengaruh budaya lainnya, juga tercermin dalam praktik kebahasaan masyarakatnya. Tradisi *cultural blending* yang telah berlangsung sejak lama di Cirebon memberikan landasan *historis* bagi praktik campur kode yang terjadi saat ini. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan istilah-istilah dalam upacara adat, nama makanan tradisional, dan berbagai aspek budaya lainnya yang mencerminkan percampuran bahasa. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial turut mempercepat proses perubahan bahasa di Cirebon. Generasi muda Cirebon, seperti halnya di daerah lain, semakin terpapar dengan berbagai bahasa melalui internet dan media sosial. Hal ini menciptakan kecenderungan baru dalam penggunaan campur kode yang tidak hanya terbatas pada bahasa lokal dan nasional, tetapi juga melibatkan istilah-istilah populer dari bahasa asing.

Fenomena campur kode di ruang publik Cirebon juga merefleksikan dinamika identitas sosial masyarakatnya. Contohnya pada spanduk makanan berikut.

1. C1 Pecel Lele *Sido Mampir*

Pada C1 "Pecel Lele *Sido Mampir*", terjadi campur kode antara bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa. Kata "*Sido Mampir*" berasal dari bahasa Jawa yang berarti 'jadi mampir' atau 'silakan mampir'. Penggunaan bahasa daerah di tengah frasa berbahasa Indonesia ini menimbulkan inkosistensi dan dapat membingungkan pembaca dari luar daerah, jika tidak disertai konteks yang jelas.

2. C2 *Bebeke* Mas Aris

Pada C2 "*Bebeke* Mas Aris", terdapat campur kode berupa penggunaan bentuk tutur bahasa Jawa. Kata "*Bebeke*" merupakan pelesetan atau bentuk fonetik dari "bebek" yang dipengaruhi dialek daerah, sementara "Mas" adalah sapaan khas Jawa. Penggunaan unsur daerah secara informal dalam konteks yang tidak konsisten menyebabkan pelanggaran terhadap kaidah kebahasaan yang baku.

3. C3 Burger *Bangor*

Pada C3 "Burger *Bangor*", terdapat campur kode antara bahasa Inggris "Burger" yang umum digunakan sebagai julukan makanan dalam bahasa Inggris dan kata "*Bangor*" yang berasal dari bahasa Sunda artinya adalah nakal. Dua kata ini menunjukkan adanya wujud campur kode antara bahasa Inggris dengan Bahasa Sunda.

4. C4 Cilok Urat Kriwil *Booming*

Pada C4 "Cilok Urat Kriwil *Booming*", ditemukan campur kode yang cukup kompleks. Kata "Cilok" (*aci dicolok*) berasal dari bahasa Sunda, sementara kata "Booming" berasal dari bahasa Inggris yang berarti 'ramai' atau 'viral'. Perpaduan ini menyebabkan pencampuran tiga unsur bahasa: daerah, nasional, dan asing, yang dapat menimbulkan ambiguitas dalam pemahaman umum.

5. C5 Kedai *Big Burger*.

Pada C5 "Kedai *Big Burger*", juga terjadi campur kode antara bahasa Indonesia ("Kedai") dan frasa bahasa Inggris ("*Big Burger*"). Meskipun umum digunakan dalam nama bisnis, pencampuran ini

tetap merupakan pelanggaran terhadap kaidah kebahasaan jika dilihat dari sudut pandang penggunaan bahasa yang konsisten dan baku.

Pada spanduk makanan tersebut ditemukan beberapa campur kode, baik dalam bahasa daerah maupun bahasa asing. Penggunaan campur kode tersebut menunjukkan identitas lokal melalui penggunaan bahasa daerah, serta perwujudan dari perkembangan zaman melalui penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing. Situasi ini menciptakan pola campur kode yang unik dan menarik untuk dikaji dari perspektif Sociolinguistik. Dalam konteks kebijakan bahasa, penggunaan campur kode di ruang publik Kota Cirebon juga menimbulkan berbagai tanggapan dari pemangku kepentingan. Terdapat kekhawatiran bahwa praktik campur kode yang tidak terkendali dapat mengancam pemertahanan bahasa daerah dan mengurangi kualitas penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Di sisi lain, campur kode juga dipandang sebagai bentuk kreativitas bahasa yang mencerminkan dinamika masyarakat modern. Berdasarkan kompleksitas fenomena tersebut, penelitian tentang campur kode di ruang publik wilayah Cirebon menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini tidak hanya akan memberikan pemahaman tentang pola-pola campur kode yang terjadi, tetapi juga dapat mengungkap faktor-faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang melatarbelakanginya, serta implikasinya terhadap perkembangan bahasa dan identitas masyarakat Cirebon.

Masyarakat Indonesia umumnya menggunakan dua bahasa dalam percakapan dengan lawan bicaranya. Hal ini menjadikan masyarakat cenderung memasukan pendapat dengan cara berbicara menggunakan bahasa yang berbeda, sehingga hal tersebut memunculkan suatu kasus campur kode di dalam kehidupan bermasyarakat (Rumpian. 2019:27). Masyarakat Indonesia yang sejatinya mempunyai bahasa yang lebih dari satu, sangat sulit menggunakan satu bahasa saat berinteraksi dengan orang lain. Manusia yang berbicara menggunakan banyak bahasa disebut bilingualism. Masyarakat Indonesia pada umumnya merupakan masyarakat bilingual, yaitu menggunakan bahasa Indonesia dan menggunakan bahasa daerah sebagai bahasa pertama, tetapi

banyak juga masyarakat Indonesia yang multilingual, yaitu masyarakat yang menggunakan beberapa bahasa, baik menggunakan bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan juga bahasa asing (Sripurwandari, 2018: 71).

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk memilih judul campur kode dalam penggunaan bahasa pada spanduk di ruang publik wilayah Cirebon. Kota Cirebon sebagai kota yang memiliki sejarah dan keberagaman budaya, seringkali mencampur bahasa lokal dengan bahasa Indonesia atau bahasa internasional untuk menunjukkan identitas lokal sekaligus beradaptasi dengan tren global. Hal ini menjadi menarik untuk dianalisis melalui pendekatan Sociolinguistik karena mencerminkan percampuran identitas lokal dan global.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk menghindari kerancuan dalam pembahasan dan agar penelitian ini dapat mengarah serta mengena pada sasaran yang diinginkan, maka diperlukan perumusan masalah yang diteliti, berikut dua rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana wujud campur kode yang digunakan pada spanduk kuliner di Kota Cirebon?
2. Bagaimana pemanfaatan hasil analisis campur kode pada spanduk kuliner di Kota Cirebon untuk modul ajar teks iklan kelas VIII SMP?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian haruslah jelas supaya tepat untuk memperoleh deskripsi yang objektif. Berikut tujuan masalah dalam penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan wujud campur kode yang digunakan pada spanduk kuliner di Kota Cirebon.
2. Untuk mendeskripsikan pemanfaatan hasil analisis campur kode pada spanduk kuliner di Kota Cirebon untuk modul ajar teks iklan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, dapat diperoleh manfaat penelitian sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan kajian Sociolinguistik, khususnya dalam konteks fenomena

campur kode (*code-mixing*) yang terjadi pada spanduk di Kota Cirebon. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan teori mengenai peran campur kode dalam konteks pembelajaran teks iklan. Kajian ini bisa mengarah pada pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana teks iklan yang menggunakan campur kode dapat memengaruhi pemahaman siswa terhadap struktur dan gaya bahasa iklan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Guru Bahasa Indonesia

Hasil penelitian ini memberikan sumber pembelajaran yang relevan dan kontekstual bagi guru dalam mengajarkan teks iklan. Dengan menggunakan spanduk sebagai bahan ajar, guru dapat memberikan contoh langsung yang ditemukan di kehidupan sehari-hari siswa.

b. Bagi Peserta Didik

Memberikan pengetahuan tentang penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam proses pembelajaran.

c. Bagi Pembuat Iklan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pengiklan, khususnya mereka yang menggunakan spanduk di Kota Cirebon, mengenai penggunaan campur kode dalam strategi komunikasi. Melalui analisis ini, pengiklan dapat memahami bagaimana campur kode berperan dalam menarik perhatian pelanggan, membangun citra produk, dan mengadaptasi bahasa iklan dengan karakteristik sosial dan budaya masyarakat setempat.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti fenomena campur kode pada media lain atau di daerah berbeda, serta bagi pengembang bahan ajar berbasis fenomena bahasa daerah.