INTERFERENSI BAHASA DAN CAMPUR KODE PADA PAPAN REKLAME SEPANJANG JALAN MARGONDA RAYA, DEPOK, JAWA BARAT

Mirza Gulam Ahmad, M.Pd. , Ahmad Muzaki, M.Pd.,

dan Ahmad Khoiril Anam, M.Pd.

chairilanam45@gmail.com, ahmadmuzaki8@gmail.com., mirzaa0404@yahoo.com

Abstrak

Papan reklame merupakan sarana untuk mempromosikan sebuah usaha. Bahasa merupakan salah satu media untuk mempromosikannya. Akan tetapi, bahasa yang digunakan, tercatat, masih banyak yang tidak mematuhi aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah mengenai penggunaan bahasa di ranah umum. Aturan tersebut mewajibkan penggunaan bahasa Indonesia di ranah umum. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menelaah seberapa besar gejala interferensi bahasa dan campur kode dan mengetahui dominasi bahasa asing yang kerap disisipkan digunakan pada papan reklame, khususnya di sepanjang Jalan Margonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang menjadikan kumpulan kata yang diambil dari potret seluruh papan reklame sebagai datanya. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa 17 dari 26 atau 65,38% papan reklame sepanjang Jalan Margonda Kota Depok terdapat interferensi bahasa. 25 dari 26 atau 96,15% papan reklame sepanjang Jalan Raya Marogonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat menyisipkan bahasa asing di dalamnya. Bahasa asing yang mendominasi dalam campur kode tersebut adalah bahasa Inggris. Dengan demikian, nyaris semua papan reklame di sepanjang jalan tersebut melakukan campur kode. Hal ini bertolak belakang dengan peraturan pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009. Dalam Undang-Undang ini, Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum.

Kata Kunci : Interferensi Bahasa,Campur Kode, dan Papan Reklame.

Abstrack

The fact is a lot of bussinesmen are still disobeying the regulation byinsesting foeign terms in billboards. Billboard is one of the media used by bussinesmen to promote their product or bussines. Houl ever, it is noted if there are stilla lot of un proper language usages in public area. It is stated in the regulation if indonesian language is to be used inpublic area. Based on this phenomenom this research is almed to analyze the language domination within billboards especially billboard along Jln. Margonda Raya, Depok City, West Java. Besides that, this research is also conducted to socialize the regulation to society, especially to the bissinesmen. The method of the research is descriptive qualitative wich makes collection of words taken from the billboard as its data. The result shows if 25 of 26 or 96,15% of billboards along Jln. Margonda Raya, Depok City, West Java inserted foreign languages in it. It is clear if most the billboards contain code mixing. Based on the result it can be cocluded if it is important to socialize the regulation to the member of society.

Key word: Language interference, code mixing, and billboard

PENDAHULUAN

Depok merupakan salah satu dari beberapa kota penyangga Ibu Kota Jakarta. Awalnya Depok merupakan sebuah dusun terpencil ditengah hutan belantara dan semak belukar. Pada tanggal 18 Mei 1696 seorang pejabat tinggi VOC, **Cornelis Chastelein**, membeli tanah yang meliputi daerah Depok serta sedikit wilayah Jakarta Selatan, Ratujaya dan Bojonggede. Chastelein mempekerjakan sekitar seratusan pekerja. Mereka didatangkan dari Bali, Makassar, Nusa Tenggara Timur, Maluku, Jawa, Pulau Rote serta Filipina.Selain mengelola perkebunan, Cornelis juga menyebarluaskan agama Kristen kepada para pekerjanya, lewat sebuah Padepokan Kristiani. Padepokan ini bernama *De Eerste Protestante Organisatie van Christenen*, disingkat Depok. Dari sinilah rupanya nama kota ini berasal.

Sejarawan, J.J. Rizal (2014) menuturkan bahwa Depok itu kota yang sangat menarik karena memiliki banyak identitas. Hal yang menarik lainnya adalah *mentality* Depok itu sebagai kota multikultur, multietnik. Beliau pun menambahkan bahwa banyak tempat yang memiliki nama Depok dan itu identik dengan ruang untuk merenung atau berpikir. Jadi, menurutnya nama depok secara harfiah artinya bisa dikatakan sebagai tempat berpikir atau merenung.

Hal yang menguatkan kota Depok sebagai kota merenung atau kota orang-orang yang berpikir yaitu ditandai dengan keberadaan Universitas Indonesia yang letaknya terdapat di kota ini. “Universitas besar yang membawa nama Indonesia adanya di Depok, jadi sesuai dengan namanya kota perenungan untuk tempat orang berpikir,” Ujar Rizal.

Adanya Universitas Indonesia di kota Depok, ditambah dengan beberapa perguruan tinggi lainnya, menyebabkan perekonomian kota penyangga ibu kota ini semakin berkembang. Hal ini, ditandai dengan banyaknya kegiatan perekonomian di dalamnya. Jika diamati, kota ini didominasi oleh perdagangan atau perniagaan. Hal ini terbukti dengan banyaknya kios-kios perniagaan mulai dari penjualan produk hingga penyediaan berbagai macam bentuk jasa. Selain itu, berdiri megahnya beberapa supermarket pun menjadi bukti dominasi bisnis di kota penyanggah ibu kota tersebut.

Banyaknya kios, pedagang kaki lima, hingga supermarket menyebabkan para pelaku bisnis berlomba-lomba dalam memasarkan produk maupun jasanya. Caranya dengan menyebarkan iklan segencar-gencarnya. Salah satu bentuk iklan yang digunakan adalah dengan

pemasangan papan reklame di tempat mereka berniaga yang isinya adalah penawaran produk atau jasa yang mereka berikan.

Papan reklame atau papan nama adalah salah satu sarana untuk melancarkan fungsi usaha yang didalamnya berisi informasi yang berhubungan dengan toko. Konten papan nama atau papan reklame terdiri atas paduan dari unsur visual dan unsur teks (bahasa). Unsur visual dalam papan nama toko berbentuk gambar, komposisi warna, ketebalan/ukuran huruf, sedangkan unsur teks dalam papan nama toko muncul sebagai unsur yang berfungsi untuk menyampaikan produk/identitas toko terlepas dari fungsi lain sebagai daya tarik.

Teks dalam papan nama toko digunakan untuk menciptakan citra tertentu. Citra ini terbangun dari penggunaan pilihan kata tertentu untuk membangun citra dari produk toko. Citra yang terbangun di papan nama toko ini sesungguhnya adalah salah satu cara untuk menarik pembeli. Pembangunan citra toko ini muncul dalam penggunaan pilihan kata tertentu yang tentunya juga dapat menciptakan kesan-kesan tertentu kepada pembaca. Citra yang dibangun oleh teks dalam papan nama toko ini mempunyai hubungan erat dengan produk yang dimiliki toko. Apapun bentuk citra yang muncul dari pembacaan papan nama toko, semuanya mempunyai tujuan untuk mempromosikan produk dagangan yang dimiliki toko.

Berdasarkan pengamat peneliti, penggunaan bahasa yang tercantum dalam papan reklame masih ada beberapa yang menggunakan bahasa asing atau hanya menyisipkan sebagian bahasa asing untuk menyampaikan pesan yang hendak disampaikan oleh pelaku usaha tersebut. Entah dengan dalih bahwa penggunaan bahasa asing tersebut dapat menambah prestise bagi usahanya, tetap saja penggunaan bahasa asing tersebut merupakan tanda bahwa minimnya penghargaan mereka terhadap bahasa negaranya sendiri. Penyerpihan bahasa asing ke dalam *lingua franca* sebuah masyarakat, dalam hal ini adalah bahasa Indonesia disebut dengan gejala campur kode.

Abdul syukur Ibrahim (1993: 60) menyatakan, “Campur kode (*code maxing*) adalah serpihan-serpihan bahasa yang digunakan seorang penutur, namun pada dasarnya ia menggunakan satu bahasa. Serpihan-serpihan itu biasanya berupa kata-kata, tetapi bisa juga berupa frasa atau unit bahasa yang lebih besar.” Sejalan dengan itu, Aslinda (2007: 87) menyatakan bahwa campur kode terjadi apabila seorang penutur bahasa, misalnya bahasa Indonesia memasukan unsur-unsur bahasa daerahnya ke dalam pembicaraan bahasa Indonesia. Selain itu, Nababan (1984: 32) menyatakan bahwa bilamana mencapur dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa suatu tindak bahasa *speech act atau discourse* karena ada sesuatu dalam

situasi berbahasa itu yang membuat pencampuran bahasa itu, maka tindak bahasa yang demikian disebut campur kode. Dengan demikian, dari uraian di atas tentang campur kode, dapat disimpulkan bahwa campur kode merupakan peristiwa penggunaan dua buah kode bahasa atau lebih oleh penutur dalam berkomunikasi, baik dalam komunikasi lisan maupun tulisan, dalam hal ini salah satu kode yang digunakan hanya berupa serpihan-serpihan kata atau dalam bentuk yang lebih besar lagi dan tidak berbentuk kode yang otonom, sedangkan kode yang lain berupa kode bahasa yang otonom, dan memenuhi kaidah gramatika.

Selain itu, gejala bahasa yang kerap muncul adalah interferensi bahasa. Gejala yang satu ini muncul apabila terdapat kekeliruan penggunaan bahasa yang dilakukan oleh orang, lembaga, dan lain sebagainya yang disebabkan karena pengaruh sistem bahasa lain yang terapkan pada penggunaan sistem bahasa yang digunakan, misalnya bahasa Indonesia. Akan tetapi, bahasa Indonesialah yang memang digunakan. Namun, dalam hal ini, sesorang kerap menggunakan sistem bahasa lain dalam berbahasa Indonesia.

Alwasilah (1985:131) mengungkapkan bahwa interferensi merupakan kekeliruan yang disebabkan oleh adanya kecenderungan membiasakan pengucapan suatu bahasa dan diaplikasikan pada pengguanaan bahasa lain yang mencakup pengucapan satuan bunyi, tata bahasa, dan kosakata. Di samping itu, Jendra (1991:109) mengemukakan bahwa interferensi meliputi berbagai aspek kebahasaan, bisa menyerap dalam bidang tata bunyi (fonologi), tata bentukan kata (morfologi), tata kalimat (sintaksis), kosakata (leksikon), dan tata makna (semantik). Interferensi, menurut Nababan (1984), merupakan kekeliruan yang terjadi sebagai akibat terbawanya kebiasaan-kebiasaan ujaran bahasa ibu atau dialek ke dalam bahasa atau dialek kedua. Senada dengan itu, Chaer dan Agustina (1995: 168) mengemukakan bahwa interferensi adalah peristiwa penyimpangan norma dari salah satu bahasa atau lebih. Menurut Hartman dan Stonk dalam Chair (1998:160), “Interferensi terjadi sebagai akibat terbawanya kebiasaan-kebiasaan ujaran bahasa ibu atau dialek ke dalam bahasa atau dialek kedua.”

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa interferensi bahasa merupakan gejala bahasa yang muncul ketika terdapat kekeliruan penggunaan bahasa yang muncul akibat pengaruh sistem bahasa lain yang terapkan pada penggunaan sistem bahasa yang digunakan, misalnya bahasa Indonesia. Akan tetapi, bahasa Indonesialah yang memang digunakan. Namun, dalam hal ini, sesorang kerap menggunakan sistem bahasa lain dalam

berbahasa Indonesia. Gejala ini disebabkan karena kebiasaan penggunaan bahasa ibu/bahasa lainnya sehingga menyebabkan interferensi bahasa.

Bahasa Indonesia yang dinyatakan sebagai bahasa resmi negara dalam pasal 36 Undang-Undang Dasar Negara Tahun 1945 bersumber dari bahasa yang diikrarkan dalam Sumpah Pemuda tanggal 28 Oktober 1928 sebagai bahasa persatuan yang dikembangkan sesuai dengan dinamika peradaban bangsa. Hal tersebut tercantum dalam pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan. Bahasa yang dimaksud dalam pasal 25 ayat (1) dijelaskan dalam ayat (2) bahasa Indonesia berfungsi sebagai jati diri bangsa, kebanggaan nasional, serta sarana komunikasi antardaerah dan antarbudaya daerah. Bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi negara sebagai maksud pada ayat (1) dalam ayat (3) dijelaskan bahwa bahasa berfungsi sebagai bahasa resmi kenegaraan, pengantar pendidikan, komunikasi tingkat nasional, pengembangan kebudayaan nasional, transaksi dan dokumentasi niaga, serta sarana pengembangan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan bahasa media massa.

Penggunaan bahasa dalam papan nama diatur dalam pasal 36 ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan untuk nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau pemukiman, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh negara Indonesia atau badan hukum Indonesia. Penulisan nama dalam papan nama produk barang atau jasa yang dimaksud diatur dalam pasal 37 ayat (1), yang menyebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan dalam informasi tentang produk barang atau jasa produksi dalam negeri atau luar negeri yang beredar di Indonesia. Informasi yang dimaksudkan dalam ayat (1), dijelaskan dalam ayat (2) bahwa informasi dapat dilengkapi dengan bahasa daerah atau bahasa asing sesuai keperluan.

Penggunaan bahasa dalam papan nama juga diatur dalam pasal 38 ayat (1), menyebutkan bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, penunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum. Penggunaan bahasa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dalam ayat (2) dijelaskan dapat disertai bahasa darah dan/atau bahasa asing.

Penggunaan bahasa Indonesia dalam papan nama juga tercantum dalam peraturan daerah, salah satunya Pemerintah Daerah Provinsi Ibukota Jakarta. Peraturan ini ada dalam Pasal 16

Peraturan Provinsi Daerah Umum Ibukota Jakarta Nomor 7 Tahun 2004 tentang Penyelenggaraan Reklame, butir-butir ayatnya adalah sebagai berikut. (1) Penyelenggaran reklame harus menyusun naskah reklame dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan menggunakan huruf latin, (2) papan nama, papan petunjuk, kain rentang dan naskah reklame dapat memakai bahasa asing yang harus ditulis, di bagian bawah bahasa Indonesia,dengan huruf latin yang kecil, (3) bahasa asing yang dipakai sebagai nama perusahaan dan atau merek dagang yang merupakan cabang dan atau paten dari luar negeri masih tetap dipakai, (4) Untuk ketertiban umum, gubernur berwenang melarang mempergunakan bahasa asing dan huruf-huruf lainnya selain huruf latin, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).

Berdasarkan penjelasaan di atas, penulis beranggapan bahwa penggunaan bahasa Indonesia wajib digunakan dalam fasilitas umum, khususnya papan reklame. Selain itu, Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa boleh menyisipkan bahasa asing dengan tujuan-tujuan tertentu (campur kode). Jika ada padanan bahasa Indonesia lebih baik menggunakan padan bahasa Indonesia itu sendiri. Ini merupakan bentuk penghargaan sesorang terhadap bahasa Indonesia. Akan tetapi, interferensi bahasa tidak boleh dilakukan karena akan mengubah dan merusak sistem bahasa Indonesia itu sendiri.

Atas dasar tersebut, peneliti tertarik untuk menelaah lebih lanjut gejala campur kode pada papan reklame sepanjang Jalan Margonda Raya, Kota Depok. Dengan demikian peneliti mengangkat penelitian ini dengan judul *Interferensi Bahasa dan Campur kode pada Papan Reklame Sepanjang Jalan Margonda Raya, Kota Depok.*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Selain itu, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2002: 3) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penerapan metode kualitatif ini bersifat deskriptif yang berarti data yang dihasilkan berupa kata-kata dalam bentuk kutipan-kutipan. Menurut Moleong (2011: 11), metode kualitatif yang bersifat deskriptif dimaksudkan bahwa data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta atau realita. Fakta, realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila

peneliti menelusurinya secara mendalam dan tidak terbatas pada pandangan di permukaan saja (Semiawan, 2010, hal.1).

Objek pada penelitian ini adalah papan reklame yang berada di sepanjang Jalan Margonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat. Di samping itu, data yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh kata, frasa, atau klausa yang digunakan pada tiap-tiap papan reklame tersebut. Sumber data diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh tim peneliti yang terdiri dari dosen dan mahasiswa melalui foto yang diambil dari tiap-tiap papan reklame yang terkait dengan judul penelitian.

Objek pada penelitian ini adalah papan reklame yang berada di sepanjang Jalan Margonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat. Di samping itu, data yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh kata, frasa, atau klausa yang digunakan pada tiap-tiap papan reklame tersebut. Sumber data diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh tim peneliti yang terdiri dari dosen dan mahasiswa melalui foto yang diambil dari tiap-tiap papan reklame yang terkait dengan judul penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan dua metode untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti. Sebelum melakukan penelitian ke lapangan, peneliti melakukan pengkajian terlebih dahulu terhadap objek penelitian lewat buku-buku, artikel, dan jurnal penelitian. Agar kemudian didapatkan teori dan metode penelitian yang pas untuk membedah objek penelitian yang diangkat. Studi literatur akan ditempatkan oleh peneliti sebagai suatu tinjauan pustaka, yang berisikan tentang ulasan dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai objek kajian ini. Selanjutnya, peneliti akan melakukan pengamatan terhadapat papan reklame yang terpasang sepanjang jalan Margonda kota Depok.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu padan intralingual dan padan ekstralingual. Metode padan intralingual adalah metode analisis dengan cara menghubung-bandingkan unsur-unsur yang bersifat lingual, baik yang terdapat dalam satu bahasa maupun dalam beberapa bahasa yang berbeda. Metode padan menggunakan teknik hubung banding menyamakan (HBS) dan hubung banding membedakan (HBB). Selain dua teknik itu, metode ini mempunyai satu teknik lagi yaitu teknik hubung banding menyamakan hal pokok (HBSP), yaitu teknik yang bertujuan untuk mencari kesamaan hal pokok dari pembedaan dan penyamaan yang dilakukan dengan menerapkan teknik HBS dan HBB. Tujuan akhir dari

banding menyamakan atau membedakan yaitu menemukan kesamaan pokok di antara data yang diperbandingkan itu (Mahsun, 2007: 118-119).

Metode padan intralingual digunakan untuk menghubung-bandingkan unsur-unsur dalam data penelitian yaitu satuan lingual yang mengandung permasalahan interferensi bahasa dan campur kode yang terdapat dalam papan reklame di sepanjang jalan Margonda kota Depok untuk mendapatkan kesamaan hal pokok dari data-data tersebut. Hasil analisis ini akan menunjukkan klasifikasi interferensi bahasa dan bentuk campur kode bahasa berdasarkan struktur linguistiknya. Metode yang kedua yaitu metode padan ekstralingual. Metode padan ekstralingual digunakan untuk menganalisis unsur yang bersifat ekstralingual, seperti menghubungkan masalah bahasa dengan hal yang berada di luar bahasa (Mahsun, 2007: 120). Metode padan ekstralingual digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis fungsi campur kode pada papan reklame yang terdapat di sepanjang jalan Margonda kota Depok.

HASIL PENELITIAN

Berikut merupakan beberapa contoh hasil dan pembahasan penelitian interferensi bahasa dan campur kode pada papan reklame di sepanjang Jalan Margonda Raya, Depok, Jawa Barat yang kami temukan.

1. Papan Reklame 1

   a. Isi

      Loop Telkomsel, Terluas tercepat, internet *vaganza*, 8 GB Rp 70 ribu/ 30 hari, internet 24 jam di semua jaringan, aktifkan di *567# atau loop.co.id

   b. Hasil Temuan dan Pembahasan

      Papan reklame bertajuk *Loop* Telkomsel ini menggunakan bahasa Indonesia sebagai media promosinya. Akan tetapi, dalam pemilihan katanya, papan reklame ini masih

menyisipkan beberapa kata/frasa/klausa bahasa asing di dalamnya. Hal ini yang disebut dengan peristiwa campur kode. Campur kode yang muncul pada papan reklame tersebut di antaranya adalah kata *loop* yang berasal dari bahasa Inggris yang berarti ‘lingkaran’ sehingga membentuk makna ‘jaringan atau lingkaran Telkomsel. Selanjutnya ada kata *vaganza* dari bahasa Malta yang berarti ‘liburan’ sehingga membentuk makna liburan bersama internet. Seluruh temuan tersebut tergolong dalam jenis campur kode ke luar karena menyisipkan bahasa asing selain bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing masih terjadi pada penulisan iklan pada papan reklame dengan tujuan-tujuan tertentu. Padahal, sudah jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Dalam Undang-Undang ini, Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum. Oleh karena itu, penggunaan bahasa asing pada papan reklame ini telah menyalahi aturan tersebut. Selain itu, papan reklame tersebut memiliki interferensi bahasa. Jenis interferensi bahasa yang digunakan adalah interferensi bahasa semantik, yakni interferensi bahasa yang menggunakan bahasa serapan di dalamnya. Akan tetapi, interferensi ini tidak menyalahi aturan karena kata serapan tersebut sudah masuk ke dalam bahasa baku bahasa Indonesia dan tidak merukas tat bahasa baku bahasa Indonesia. Kata serapan yang dimaksud adalah kata internet. Kata internet berasal dari bahasa latin yakni “inter” yang bermakna ‘antara’ atau berarti ‘jaringan antara atau penghubung’. Dengan kata lain memang internet berfungsi untuk menghubungkan jaringan yang tidak terhubung secara langsung.

2. Papan Reklame 2

a. Isi

Adhi Prasada Properti, 9 April 2018 harga naik, *topping off*, banjir hadiah, *guest star the dance company*

b. Hasil Temuan dan Pembahasan

Papan reklame bertajuk Adhi Prasada Properti ini menggunakan bahasa Indonesia sebagai media promosinya. Akan tetapi, dalam pemilihan katanya, papan reklame ini masih menyisipkan beberapa kata/frasa/klausa bahasa asing di dalamnya. Hal ini yang disebut dengan peristiwa campur kode. Campur kode yang muncul pada papan reklame tersebut di antaranya adalah kata *topping off* yang berasal dari bahasa Inggris berarti 'pemasangan/penutupan kontruksi bangunan' dan *guest star the dance company* yang berasal dari bahasa Inggris berarti 'bintang tamu band *The Dance Company'*. Seluruh temuan tersebut tergolong dalam jenis campur kode ke luar karena menyisipkan bahasa asing selain bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing masih terjadi pada penulisan iklan pada papan reklame dengan tujuan-tujuan tertentu. Padahal, sudah jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Dalam Undang-Undang ini, Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum. Oleh karena itu, penggunaan bahasa asing pada papan reklame ini telah menyalahi aturan tersebut. Selain itu, papan reklame tersebut memiliki interferensi bahasa. Jenis interferensi bahasa yang digunakan adalah interferensi bahasa sintaksis, yakni interferensi bahasa yang menerapkan tata bahasa (sintaksis) bahasa asing dalam menggunakan bahasa Indonesia. Interferensi ini menyalahi aturan karena penggunaan tata bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia dapat merusak tata bahasa baku bahasa Indonesia. Hal ini terjadi karena tiap bahasa memiliki kaidah atau

tatanan bahasa yang berbeda-beda pula sehingga penggunaan tata bahasa lain ketika berbahasa Indonesia sangat menyalahi aturan penyimpangan tata bahasa yang dimaksud adalah susunan pembentuk frasa yang tidak tepat. Frasa tersebut terdapat pada frasa *Adhi Prasada Properti.* Penyusunan frasa tersebut tidak mengikuti tata bahasa baku bahasa Indonesia karena penyusunan frasa dalam bahasa Indonesia seharusnya (kata benda) + (keterangan). Dengan demikian, seharusnya susunan frasa tersebut adalah *Properti Adi Persada.*

3. Papan Reklame 24

a. Nama Papan Reklame

   Tokopedia

b. Isi

   pengen ketemu idola? #mulai ajadulu, tiket konser VIP, 4 April 2018, beli tiket, semua dimulai dari tokopedia

c. Pembahasan

   Papan reklame bertajuk Tokopedia ini menggunakan bahasa Indonesia sebagai media promosinya. Akan tetapi, dalam pemilihan katanya, papan reklame ini masih menyisipkan beberapa kata/frasa/klausa bahasa asing di dalamnya. Hal ini yang disebut dengan peristiwa campur kode. Campur kode yang muncul pada papan reklame tersebut di antaranya adalah kata *VIP (very important person)* yang berasal dari bahasa Inggris berarti ‘orang yang sangat penting/kalangan pejabat’. Seluruh temuan tersebut tergolong dalam jenis campur kode ke luar karena menyisipkan bahasa asing selain bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing masih terjadi pada penulisan iklan pada papan reklame dengan tujuan-tujuan tertentu. Padahal, sudah jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu

Kebangsaan. Dalam Undang-Undang ini, Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum. Oleh karena itu, penggunaan bahasa asing pada papan reklame ini telah menyalahi aturan tersebut. Selain itu, papan reklame tersebut memiliki interferensi bahasa. Jenis interferensi bahasa yang digunakan adalah interferensi bahasa fonologi dan morfologi, yakni interferensi bahasa yang menerapkan tata bahasa (fonologi dan morfologi) bahasa asing/daerah dalam menggunakan bahasa Indonesia. Interferensi ini menyalahi aturan karena penggunaan tata bahasa asing/daerah ke dalam bahasa Indonesia dapat merusak tata bahasa baku bahasa Indonesia. Hal ini terjadi karena tiap bahasa memiliki kaidah atau tatanan bahasa yang berbeda-beda pula sehingga penggunaan tata bahasa lain ketika berbahasa Indonesia sangat menyalahi aturan penyimpangan tata bahasa yang dimaksud adalah pembentukan fonem atau bunyi karena pengaruh bahasa daerah yang diterapkan pada bahasa Indonesia. Fonem tersebut terdapat pada fonem *pengen.* Pembentukan fonem tersebut tidak mengikuti tata bahasa baku bahasa Indonesia karena fonem pada kata *pengen* seharusnya *kepingin*. Selain itu, interferensi morfologi bahasa asing/daerah pada penyusunan bahasa Indonesia. Interferensi morfologi yang dimaksud adalah ada pada morfem *ke-* pada kata *ketemu*. Imbuhan *ke-* dalam bahasa Indonesia hanya untuk merangkai kata bilangan yang bermakna urutan. Akan tetapi, dalam kata *ketemu* tersebut benar jika digunakan pada bahasa daerah. Oleh karena itu, seharusnya kata *ketemu* bukan lagi menggunakan morfem *ke-*, melainkan morfem *ber-* agar sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia sehingga menjadi kata *bertemu*.

Demikian hasil dan pembahasan kami tentang beberapa contoh temuan campur kode pada papan reklame di sepanjang Jalan Margonda Raya, Depok, Jawa Barat. Selanjutnya, kami akan menampilkan tabel hasil temuan campur kode tersebut dengan tujuan agar mempermudah penulis dalam menguraikan hasil penelitian ini.

Tabel 1

Analisis Interferensi Bahasa dan Campur Kode pada Papan Reklame Sepanjang Jalan Margonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat

Frasa/Klausa/Kalimat pada Papan Reklame	Interferensi Bahasa				Campur Kode yang Ditemukan		Jumlah Kata	Jumlah Campur Kode
	Fonologi	Morfologi	Sintaksis	Semantik	Campur Kode ke Dalam	Campur Kode ke Luar		
Papan Reklame 1				√		√	24	2
Papan Reklame 2			√			√	17	7
Papan Reklame 3				√		√	22	5
Papan Reklame 4						√	15	1
Papan Reklame 5						√	33	6
Papan Reklame 6				√		√	27	2
Papan Reklame 7						√	17	4
Papan Reklame 8			√			√	32	5
Papan Reklame 9						√	10	7
Papan Reklame 10						√	18	6
Papan Reklame 11						√	32	6
Papan Reklame 12			√	√		√	13	3
Papan Reklame 13				√		√	32	16
Papan Reklame 14						√	40	7
Papan Reklame 15				√		√	16	1
Papan Reklame 16			√			√	43	7
Papan Reklame 17				√		√	43	8
Papan Reklame 18				√		√	19	5
Papan Reklame 19						√	19	5
Papan Reklame 20				√		√	19	5
Papan Reklame 21						√	11	5
Papan Reklame 22				√		-	13	0
Papan Reklame 23			√			√	28	12

Papan Reklame 24	√	√				√	18	1
Papan Reklame 25	√	√				√	12	2
Papan Reklame 26				√		√	99	41
Jumlah	**2**	**2**	**5**	**11**	**0**	**27**	**672**	**169**
Persentase	**2%**	**2%**	**19,23 %**	**42,31%**	**0%**	**96,15%**	**100%**	**25,15%**
Total	**65,38%**							

SIMPULAN

Berdasarkan Tabel 1 Analisis Campur Kode pada Papan Reklame Sepanjang Jalan Margonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat, peneliti menemukan 17 dari 26 atau 65,38% papan reklame tersebut terdapat interferensi bahasa. Interferensi bahasa terbanyak terdapat pada jenis interferensi bahasa semantik sebesar 42,31%, disusul dengan interferensi jenis sintaksis sebesar 19,23 %, kemudian dilanjutkan dengan interferensi morfologi dan fonologi yang masing-masing terdapat 2%. Selain itu, 25 dari 26 papan reklame yang dijadikan data penelitian terdapat campur kode di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa 96,15% papan reklame sepanjang Jalan Raya Marogonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat menyisipkan bahasa asing di dalamnya. Dengan demikian, nyaris semua papan reklame di sepanjang jalan tersebut melakukan campur kode. Hal ini bertolak belakang dengan peraturan pemerintah yang menyebutkan bahwa dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009, pemerintah mengatur penggunaan Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Dalam Undang-Undang ini, Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum. Oleh karena itu, penggunaan bahasa asing pada papan reklame ini telah menyalahi aturan tersebut.

Di antara interferensi bahasa yang terdapat dalam papan reklame sepanjang Jalan Margonda, Kota Depok, Jawa Barat, interferensi bahasa terbanyak terdapat pada jenis interferensi semantik, interferensi ini tergolong aman karena interferensi jenis ini merupakan kata serapan yang berasal dari berbagai bahasa asing yang kini diserap ke dalam bahasa Indonesia. Jadi, untuk interferensi ini masih bisa diterima. Akan tetapi, masih terdapat beberapa interferensi jenis sintaksis, morfoligi, dan fonologi yang merusak tatanan bahasa Indonesia karena menggunakan tatanan bahasa asing/daerah di dalamnya. Dengan demikian, hal inilah

yang dapat merusak tatanan bahasa Indonesia yang sudah disusun oleh para pakar bahasa Indonesia.

Dari 26 papan reklame tersebut, peneliti menemukan sejumlah 672 butir kata yang dijadikan data penelitian. Setelah diteliti, kami menemukan 169 kata yang berasal dari bahasa asing atau jika dipersentasekan mencapai 25,15%. Sebanyak 169 kata tersebut, semua termasuk ke dalam campur kode ke luar karena berasal dari bahasa asing, bukan dari bahasa daerah. Hal ini menunjukan bahwa jumlah kata asing yang disisipkan tergolong banyak karena mencapai lebih dari 150 kata asing. Dalam hal ini, bahasa Inggris mendominasi bahasa asing tersebut. Apa pun motifnya, penggunaan bahasa asing di dalam penyusunan iklan pada papan reklame tetap menyalahi aturan perundang-undangan negara kita. Hal ini, menunjukan bahwa rasa bangga terhadap penggunaan bahasa Indonesia masih diragukan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Alwasilah, A. C. (1985). *Beberapa madhab dan dikotomi teori linguistik.* Bandung: Angkasa.

Alwi, H. (2011). *Bahasa Indonesia: pemakai dan pemakaianya*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.

Aslinda. (2007). *Pengantar sosiolinguistik*. Bandung: Retika Aditama.

Chaer, A. (2003). *Psikolinguistik kajian teoritik*. Jakarta: Rineke Cipta.

---------- (2004). *Sosiolingistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineke Cipta.

Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Huda, N. dkk. (1981). *Interferensi bahasa madura terhadap bahasa Indonesia tulis murid sekolah dasar Jawa Timur*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.

Hayi, A. dkk. (1985). *Interferensi gramatika bahasa Indonesia dalam bahasa Jawa.* Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.

Jendra. I. W. (1991). *Dasar-dasar sosiolinguistik.* Denpasar: Ikayana.

Kridalaksana, H. (1998). *Introduction to word formation and word classes.* Jakarta: Universitas Indonesia.

Mahsun. (2005). *Metode penelitian bahasa.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Nababan. P.W.J. (1984). *Sosiolingustik.* Jakarta: Gramedia.

Ohoiwutun, P. (2002). *Sosiolinguistik.* Jakarta: Kesaint Blanc Indonesia.

Purnami, W. H. *et al*., (2010). "Pemakaian bahasa pada papan nama di tempat umum" (laporan KEGITAN). Yogyakarta: Balai Pustaka Yogyakarta.

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1997). *Contoh penulisan papan nama dan papan petunjuk di lingkungan hotel.* Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Sobur, A. (2001). *Analisis teks media: suatu pengantar.* Bandung: Remaja Rosdakarya

Subyakto, S. U. (1992). *Psikolinguistik suatu pengantar.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sumarsono & Petama, P. (2002). *Sosiolinguistik.* Yogyakarta: Sabda.

Winarsih. (2008). *Ragam bahasa Indonesia campur kode dan alih kode dalam surat undangan pernikahan.* Skripsi S1 Surakarta: UMS.

Yusuf, S. (1994). *Teori terjemah pengantar ke arah pendekatan linguistik dan sosiolinguistik.* Bandung: Mandar Maju.

Internet

Harahap, Sahmiran. 2008. "Evaluasi Penggunaan Bahasa pada Papan Nama dam Reklame di Kota medan". *Majalah ilmiah Cemerlang*, hlm.59-65 Fakultas Pertanian: Universitas Asahan.
http://isjd.pdii.lipi.go.id/index.php/Search.html?act=tampil&id=38440&idc=6. Diunduh tanggal 28 Juni 2013.

Sukmawati, Nurhayanti, Ery Iswary. 2009. "Penggunaan Bahasa Indonesia pada Informasi Layanan Umum dan Layanan Niaga di Kota Kendari". Dalam Jurnal Pascasarjana Unhas (online). http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/f737c8c692bea92a4f3e461d289819cf.pdf. Diunduh 29 Juli 2013.

Undang-Undang

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional. 2011. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Jakarta : Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional

Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta. Nomor 7, Tahun 2004, Tentang Penyelenggaraan Reklame. Diakses pada tanggal 28 Juli 2013 dari (http//www.jakarta.go.id/web/produkhukum/download/363/Perda_2004_07_Penyelenggaraan_Reklame.pdf)