



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa Inggris berperan besar pada tingkatan internasional dalam bidang teknologi, sosial-ekonomi, politik, budaya, pendidikan, dan ilmu pengetahuan. Bahasa Inggris di Indonesia sendiri termasuk ke dalam kategori EFL (*English as Foreign Language*), dimana bahasa Inggris dipelajari secara luas di sekolah, universitas, ataupun diterapkan dalam perusahaan, tanpa menjadikannya bahasa resmi dalam berkomunikasi.

Meskipun demikian, banyak masyarakat Indonesia yang mempelajari dan menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa kedua atau ESL (English as Second Language) untuk berkomunikasi. Salah satu cara yang digunakan oleh masyarakat untuk mempelajari dan menggunakan bahasa Inggris adalah dengan keminggris, yaitu perilaku yang mencampurkan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia ketika berkomunikasi, baik secara lisan ataupun tulisan. Dosen Sastra Inggris Universitas Padjajaran, Elvi Citraresmana, mengemukakan bahwa fenomena keminggris sendiri sudah ada sejak tahun 1970-an, dimana dalam ilmu linguistik fenomena ini disebut dengan campur kode (code-mixing). Salah satu penyebab digunakannya keminggris atau code-mixing oleh masyarakat adalah karena adanya lexical gap, dimana terdapat ketidakpadanan dalam bahasa Indonesia (WK, 2018, para. 2, 4). Campur kode merupakan gejala bahasa yang sering ditemukan dan merupakan hal yang wajar, terutama jika digunakan dalam konteks nonakademis seperti di media sosial. Hidayat menyatakan bahwa pada media sosial Facebook sendiri, 45% pencampuran kode cenderung dilakukan dengan alasan adanya lexical gap, 40% untuk membicarakan topik tertentu, dan 5% untuk klarifikasi konten (Barman, dkk., 2014).

Budayawan Betawi, Ridwan Saidi, menilai bahwa adanya fenomena ini dapat membantu mereka yang menggunakan *code-mixing* untuk terus memperkaya

kosakata terutama saat berbicara bahasa Inggris (Friana, 2018, para. 10-13). Selain itu, media Tirto melakukan wawancara dengan sejumlah guru bahasa Inggris dan guru sekolah internasional di Jakarta Selatan. Salah satu guru menyatakan bahwa penggunaan *code-mixing* memberikan hasil positif, dimana nilai ujian bahasa Indonesia dan bahasa Inggris siswa SMA di Ujian Nasional 2017 relatif sebanding (Rizky, 2018, para. 20-21).

Sayangnya, perundungan banyak terjadi kepada pribadi-pribadi yang mempelajari dan menggunakan bahasa Inggris dengan *code-mixing* ini, meskipun mereka telah menggunakan *code-mixing* secara wajar dan kontekstual. Berdasarkan riset yang dilakukan media alinea.id pada tahun 2018, dalam seminggu jumlah posting di media sosial Twitter soal fenomena *keminggris* mencapai 1.090 buah, dengan posting yang mengandung perundungan terhadap *keminggris* diposting sebanyak 231 kali dalam kurun waktu dua hari (Rizky, 2018, para. 6). Contoh nyata perundungan tersebut dapat dilihat melalui kasus yang terjadi di Instagram yang disebar di akun media sosial Twitter bernama @hepburnism2 dengan *caption* "no words" (https://twitter.com/hepburnism2/status/1366203056291942407), dimana banyak masyarakat yang memberikan komentar negatif terhadap *code-mixing* yang digunakan akun Twitter tersebut, meskipun *code-mixing* digunakan sebagai bentuk ekspresi diri dan sudah kontekstual (Azkia, 2021).

Dosen Program Studi Sastra Inggris Universitas Indonesia, Junaidi, menilai bahwa perundungan dilakukan dengan alasan tidak mencerminkan rasa kebangsaan sebagai orang Indonesia, rasa sombong, eksklusif, dan lain-lain. Junaidi menambahkan bahwa dengan berbahasa Inggris masyarakat dapat menyampaikan gagasan dan pemikiran bangsa Indonesia di mata dunia, sehingga perundungan tidak dapat dibenarkan. Sebaiknya masyarakat mengetahui dahulu alasan seseorang menggunakan bahasa asing dan bersikap sepantasnya (Prabowo, 2018, para. 9-13). Ikwan Setiawan, Dosen Fakultas Ilmu Budaya Universitas Negeri Jember (UNEJ), menyatakan bahwa perundungan dapat memberikan dampak psikologis terhadap mereka yang melakukan *code-mixing*, sehingga banyak dari mereka yang belum

mahir dan masih dalam proses belajar menjadi putus asa, hal ini pun dapat berujung pada semakin terbelakangnya tingkat pendidikan di Indonesia (para. 16).

Selama ini, belum ada kampanye yang menyuarakan soal isu perundungan terhadap penggunaan *code-mixing*, padahal penggunaan *code-mixing* adalah wajar dan mampu memberikan berbagai manfaat. Masyarakat lebih baik berempati dahulu dan menghargai proses berbahasa Inggris seseorang agar tidak terjadi demotivasi. Maka dari itu, dirancanglah kampanye sosial sebagai usaha untuk mendorong para perundung *code-mixing* untuk mengubah *mindset* dan menumbuhkan empati mereka soal penggunaan *code-mixing* di masyarakat sehingga tindakan perundungan dapat terentaskan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis mengambil beberapa rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

- 1) Individu yang menggunakan *code-mixing* dengan maksud positif dan kontekstual masih mendapatkan perundungan dari masyarakat
- 2) Perundungan yang terjadi dapat memberikan dampak negatif terhadap pengguna *code-mixing*
- 3) Perundung *code-mixing* masih memiliki persepsi negatif terhadap penggunaan *code-mixing* tanpa mengetahui dahulu alasan dibalik penggunaannya

Penulis pun merumuskan pertanyaan berdasarkan rumusan masalah, yaitu:

1) Bagaimana cara mendorong para perundung *code-mixing* untuk mengubah *mindset* dan menumbuhkan empati terhadap penggunaan *code-mixing* di masyarakat sebagai usaha mengatasi perundungan?

1.3 Batasan Masalah

Agar perancangan penelitian terhadap topik menjadi lebih fokus dan terarah, maka ditentukanlah batasan masalah akan kampanye sosial yang dibuat :

NUSANTARA

1.3.1 Demografis

1) Jenis Kelamin: Pria dan wanita

2) Usia : 17 - 25 tahun

3) Pendidikan : Minimal SMA/setaraf

4) Kelas Ekonomi: SES B-A

Target sasaran kampanye adalah pria dan wanita dengan kategori umur 17-25 tahun atau generasi milenial, yang berdasarkan riset media alinea.id merupakan kategori umur terbanyak yang intens dalam merundung soal *code-mixing*, familiar dengan teknologi, dan aktif di dunia maya (Rizky, 2018, para. 7).

1.3.2 Geografis

Mencakup DKI Jakarta sebagai wilayah dimana fenomena *keminggris* banyak terjadi. Berdasarkan riset yang dilakukan dalam artikel alinea.id berjudul "Ramai-Ramai Memusuhi Anak Jaksel yang *Keminggris*", diketahui bahwa jumlah cuitan masyarakat di media sosial Twitter soal tren *keminggris* ini mencapai 1.090 buah. *Keminggris* sendiri merupakan istilah peyoratif yang sering dikaitkan dengan istilah "anak Jaksel", sehingga cuitan yang ramai merundung "anak Jaksel" di Twitter mencapai 231 kali dalam rentang dua hari, dimana 65% kicauan tersebut berasal dari Jakarta (Rizky, 2018, para. 6-8).

1.3.3 Psikografis

Perundung yang memiliki rasa iri, minder, dan pesimis terhadap mereka yang mampu berbahasa Inggris, sulit menerima dan terbuka dengan adanya penggunaan bahasa asing khususnya bahasa Inggris, dan masih menganut nasionalisme yang sempit. Secara gaya hidup, target adalah mereka yang aktif dan mampu mengakses media sosial serta berani berekspresi dan berkomunikasi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Mendorong para perundung *code-mixing* untuk mengubah *mindset* dan menumbuhkan empati terhadap penggunaan *code-mixing* di masyarakat sebagai usaha mengatasi perundungan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir yang dirancang dapat memberikan manfaat bagi penulis, bagi orang lain, dan bagi universitas:

1.5.1 Bagi Penulis

Penulis mampu memperoleh pengetahuan dan wawasan baru mengenai fenomena *keminggris* yang ada di masyarakat dan juga metode pembelajaran bahasa Inggris, baik dari sisi ahli, perundung, ataupun korban perundungan. Selain itu, penulis juga mampu merancang kampanye sosial mengenai empati terhadap penggunaan bahasa Inggris di masyarakat dengan menerapkan ilmu mengenai kampanye yang diperoleh selama proses kuliah.

1.5.2 Bagi Orang Lain

Masyarakat dapat mengubah *mindset* mereka soal tidak penting dan tidak wajarnya penggunaan bahasa Inggris di Indonesia, terutama bila digunakan untuk kebutuhan belajar. Masyarakat juga mampu berempati dan semakin memahami alasan seseorang melakukan *code-mixing* dengan terus mendukung dan membantu mereka dalam proses belajar bahasa Inggris.

1.5.3 Bagi Universitas

Universitas Multimedia Nusantara sebagai institusi pendidikan yang juga memiliki program pembelajaran bahasa Inggris dapat menciptakan lingkungan yang suportif dengan terus mendukung para anak didik untuk mampu berbahasa Inggris tanpa takut dirundung, meskipun mereka melakukan *code-mixing*.

M U L T I M E D I A N U S A N T A R A