JURNAL

ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM IKLAN RADIO DI KABUPATEN TULUNGAGUNG

CODE SWITCHING AND CODE MIXING ON RADIO'S ADVERTISEMENT AT TULUNGAGUNG REGENCY

Oleh:

SANDHI PRASETYAWAN

12.1.01.07.0089

Dibimbing oleh :

1. **Dr. ENDANG WARYANTI, M.Pd**
2. **Dra. SUMIYARSI**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Sandhi Prasetyawan
NPM	: 12.1.01.07.0089
Telepun/HP	: 083846774757
Alamat Surel (Email)	: sandhiprasetyawan28@gmail.com
Judul Artikel	: ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM IKLAN RADIO DI KABUPATEN TULUNGAGUNG
Fakultas – Program Studi	: FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
Nama Perguruan Tinggi	: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	: JL. KH. ACHMAD DAHLAN NO.76

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 17 Januari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Endang Waryanti, M.Pd NIDN 0007075903	Dra. Sumiyarsi NIDN 0006076402	Sandhi Prasetyawan NPM 12.1.01.07.0089

ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM IKLAN PADA RADIO DI KABUPATEN TULUNGAGUNG

Sandhi Prasetyawan
12.1.01.07.0089
FKIP-PBSI
sandhiprasetyawan28@gmail.com
Dr. Endang Waryanti, M.Pd, Dra. Sumiyarsi
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Saat berinteraksi antar manusia akan didapati manusia yang mampu menguasai lebih dari satu bahasa dikenal dengan sebutan bilingual dan multilingual yang memungkinkan akan terjadinya peristiwa kebahasaan ragam informal alih kode dan campur kode. Alih kode adalah penggunaan bahasa lain atau variasi bahasa lain untuk menyesuaikan diri dengan peran atau situasi lain atau karena adanya partisipan lain. Sedangkan Campur kode adalah penggunaan satuan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain untuk memperluas gaya bahasa atau ragam bahasa, pemakaian kata, kata ulang, kelompok kata, klausa. Peristiwa-peristiwa kebahasaan tersebut dapat terjadi pada dialog karya sastra berbentuk iklan. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan alih kode yang akan dibahas adalah alih kode berwujud: alih kode metaforis, alih kode intern, dan alih kode ekstern. Sedangkan Campur kode yang akan dibahas meliputi penyisipan unsur-unsur yang berwujud: kata, kata ulang, kelompok kata, dan klausa. Untuk menjawab rumusan-rumusan masalah tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan Sosiolinguistik. Pendekatan Sosiolinguistik mengkaji penggunaan bahasa dalam konteks bermasyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang sifat-sifat suatu individu, keadaan atau gejala dari kelompok tertentu yang dapat diamati. Sedangkan sebagai objek penelitian ini adalah iklan pada radio. Selain itu, jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, yaitu jenis penelitian yang mendeskripsikan fakta-fakta keadaan dan kemudian paparkan penjelasannya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik dokumen dan analisis data deskriptif kualitatif. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Berdasarkan analisis data dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung alih kode yang muncul dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung, yaitu alih kode metaforis, alih kode intern, alih kode ekstern. Alih kode yang sering muncul dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung berupa alih kode intern, yakni beralihnya tuturan bahasa Indonesia ke bahasa Jawa dengan jumlah data sebanyak 15. Ragam informal campur kode dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung berupa : penyisipan unsur berbentuk kata, penyisipan unsur berbentuk kata ulang, penyisipan unsur berbentuk kelompok kata, dan penyisipan unsur berbentuk klausa. Campur kode yang sering muncul dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung, yaitu berupa penyisipan unsur berbentuk kata dengan jumlah data sebanyak 34 kata.

KATA KUNCI : alih kode, campur kode, iklan, radio

I. LATAR BELAKANG

Salah satu cabang ilmu yang mempelajari bahasa dengan berbagai macam hubungannya dengan masyarakat pemakai bahasa disebut sosiolinguistik. Menurut Chaer (2010: 2), sosiolinguistik merupakan perpaduan antara sosiologi dan linguistik. Sosiologi adalah kajian yang objektif dan ilmiah mengenai manusia, lembaga - lembaga, dan proses sosial yang ada di dalam masyarakat. Linguistik adalah bidang ilmu yang mempelajari bahasa, atau bidang ilmu yang mengambil bahasa sebagai objek kajiannya.

Ragam bahasa yang sering muncul biasanya dipengaruhi oleh sosial budaya yang ada dalam masyarakat. Dalam keadaan kedwibahasaan (bilingualisme), akan sering terdapat orang mengganti bahasa atau ragam bahasa: hal ini tergantung pada keadaan atau keperluan berbahasa itu. Alih kode adalah sebuah peristiwa pengantian bahasa, bilamana orang mengalihkan bahasa satu dengan bahasa lain atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa tanpa ada sesuatu dalam situasi berbahasa itu. Dalam keadaan demikian, hanya kesantaian penutur dan atau kebiasaanya yang dituruti (Nababan, 2006 :32). Selain itu, tingkat pendidikan, status sosial atau profesi merupakan hal sangat berperan terhadap gejala pengalihan kode bahasa satu dengan bahasa lain.

Di dalam kehidupan kita sekarang ini bahasa tidak hanya digunakan dalam percakapan sehari - hari saja, namun juga diabadikan oleh media komunikasi. Dalam kehidupan sehari - hari kita dikelilingi oleh berbagai macam media - media komunikasi yang dapat dengan mudah kita dapatkan. Media - media komunikasi tersebut memberikan berbagai macam informasi yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat. Adapun macam-macam media informasi dibagi menjadi media cetak, media elektronik, dan media internet. Media elektronik dibagi menjadi dua, yaitu televisi dan radio. Radio merupakan media informasi khusus audio. Radio memegang peranan penting dalam menyebarluaskan informasi sehingga mendapat julukan sebagai “kekuasaan yang kelima” (*the fifth estate*) setelah pers atau surat kabar yang dianggap sebagai “kekuasaan keempat” (*the forth estate*). Sebenarnya televisi lebih sempurna dari radio, karena kalau radio hanya dapat didengar, tetapi televisi selain

dapat didengar (auditive) juga dapat dilihat (visual).

Dalam perkembangannya, radio sangat akrab dengan masyarakat, karena media radio dapat menjadi media yang komunikatif, edukatif, dan mengibur, hanya membutuhkan indra pendengaran, sehingga dapat didengarkan di mana saja ataupun sambil melakukan segala aktivitas. Radio tidak hanya berisi hiburan misalnya musik, campursari atau bahkan yang lain, akan tetapi radio pada saat ini juga memberikan atau menyampaikan informasi kepada masyarakat yang berupa larangan, ajakan ataupun himbauan. Dalam penelitian ini lokasi dan objek iklan yang akan dianalisis pada radio Josh FM terdapat iklan yang berkaitan dengan iklan kendaraan, radio Liur FM terdapat iklan yang berkaitan dengan properti atau perabot, radio Kembang Sore FM ada iklan elektronik, Radio Global FM iklan mengenai obat/herbal, radio Perkasa FM iklan mengenai iklan layanan masyarakat.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong, (2010:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan ilmu Sosiolinguistik, karena membahas mengenai deskripsi pemakaian bahasa alih kode dan campur kode dalam dialog iklan, yang keduanya adalah kajian pada ilmu Sosiolinguistik. Metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini melibatkan ilmu Sosiolinguistik, karena aspek yang dikaji adalah alih kode dan campur kode, dalam iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung. Seperti yang kita ketahui bahwa kedua peristiwa kebahasaan tersebut merupakan salah satu kajian dalam ilmu Sosiolinguitik.

Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis dengan kajian alih kode dan campur kode dengan analisis. Berkaitan dengan hal ini, Sutopo (2002 : 8-10) menjelaskan bahwa : pengkajian deskriptif bertujuan untuk mengungkapkan berbagai informasi kualitatif dengan pendeskripsian yang teliti dan penuh nuansa untuk mengungkapkan secara cermat sifat-sifat suatu hal (individu atau kelompok), keadaan fenomena, dan tidak terbatas pada pengumpulan data, melainkan meliputi analisis dan interpretasi.

Di dalam penelitian berjudul *Alih Kode dan Campur Kode Dalam Iklan Pada Radio di Kabupaten Tulungagung* ini, aspek yang dikaji adalah jenis alih kode, latar belakang terjadinya campur kode. Jenis alih kode yang dimaksud adalah alih kode metafora, alih kode intern, alih kode ekstern, dan latar belakang terjadinya campur kode antara lain faktor penutur, faktor bahasa yang meliputi kata, kata ulang (reduplikasi), frasa (kelompok kata), klausa.

Tahapan penelitian merupakan rangkaian kegiatan dalam suatu penelitian untuk mempermudah penelitian tersebut. Selain itu, tahapan penelitian juga dapat diartikan sebagai suatu langkah yang dilakukan untuk melaksanakan suatu penelitian. Penelitian yang baik harus melalui beberapa tahapan. Menurut Arikunto (2010: 61), terdapat empat tahapan dalam penelitian ini, yaitu "Pembuatan rancangan penelitian, pelaksanaan penelitian, tahap analisis data, pembuatan laporan penelitian".

Data dalam penelitian ini berupa data tulis. Data tulis yang dimaksud adalah kumpulan dialog dalam iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung yang berpotensi mengandung alih kode dan campur kode. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan-iklan yang ada pada radio di Kabupaten Tulungagung. Sumber data menentukan ketepatan dan mutu data yang dikumpulkan. Sumber data dapat ditemukan melalui media cetak, media elektronik, maupun sumber data lainnya. Dalam penelitian ini, sumber data yang diperoleh adalah melalui iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung. Sehubungan dengan pernyataan tersebut, peneliti menggunakan iklan sebagai objek penelitian dalam jangka waktu tiga bulan. Namun, tidak semua iklan dijadikan sumber data penelitian ini. Pemilihan data ditentukan berdasarkan kriteria yang ditetapkan, yaitu iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung bulan Oktober sampai bulan Desember dengan mengambil satu sampel setiap harinya yang mengandung alih kode dan campur kode.

Prosedur pengumpulan data penelitian ini adalah (1) Mendengarkan iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung, (2) Merekam pilihan iklan yang mau diteliti pada radio di Kabupaten Tulungagung, (3) Mencatat beberapa hasil dialog iklan yang mau di analisis, (4) Mengklasifikasi data sesuai dengan konsep

teori Sosiolinguistik tentang alih kode dan campur kode dalam iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung.

Prosedur pengumpulan data dengan teknik rekam dan penelitian ini dilakukan dengan membuat tabulasi data. Tabulasi data merupakan pengkajian data dalam bentuk tabel atau daftar untuk memudahkan pengamatan dan evaluasi. Tabulasi data dalam penelitian ini adalah tabel data yang berkaitan dengan jenis alih kode dan latar belakang terjadinya campur kode.

Sebagai mana telah diketahui penelitian ini hendak mendeskripsikan alih kode dan campur kode dalam iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung, oleh karena itu analisis yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif. Artinya bahwa kegiatan analisis dilakukan dengan kegiatan menafsirkan dan menemukan isi data dengan cara mencocokkan isi teks berdasarkan teori-teori yang telah ditentukan.

Data yang sudah diklasifikasikan siap untuk dianalisis dengan langkah :

1. Membaca teori sosiolinguistik yang bersangkutan dengan alih kode dan campur kode dalam iklan pada radio di Kabupaten Tulungagung.
2. Menginterpretasi data sehingga data tersebut memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti.
3. Mengklasifikasi data sesuai dengan konsep teori sosiolinguistik dalam alih kode dan campur kode pada iklan.
4. Menyaji data berupa kutipan-kutipan dan dianalisis berdasarkan pemikiran peneliti dan berpedoman pada landasan teori yang relevan.

Uji keabsahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2011: 330): Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lain.

Triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada tingkat pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan, (Sugiyono, 2006: 271), Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

a. Tringulasi Sumber

Menurut Patton (Moleong, 2007: 330) bahwa "Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif".

b. Tringulasi Teknik

Triangulasi dengan teori, berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori (Moleong, 2011:331). Dalam penelitian ini pengecekan data dilakukan dengan mencari teori-teori pembanding untuk menjelaskan teori yang sudah ada.

Berdasarkan beberapa pernyataan yang telah diuraikan, penggunaan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik dianggap relevan sebagai pemeriksaan keabsahan temuan dalam penelitian, yakni dengan pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Jika analisis telah menguraikan pola hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis, maka penting sekali untuk mencari tema atau penjelasan pembandingan atau penyaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lainnya untuk mengorganisasikan data yang barangkali mengarahkan adanya upaya penemuan data yang lain. Jadi, triangulasi adalah cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil penelitian berjudul *Alih Kode dan Campur Kode Dalam Iklan Pada Radio di Kabupaten Tulungagung* ini adalah data yang berupa bentuk alih kode yang berwujud alih kode metafora, alih kode intern dan alih kode ekstern, deskripsi ragam informal campur kode, latar belakang terjadinya alih kode dan campur kode. Alih kode yang akan dibahas adalah alih kode berwujud: alih kode metafora, intern, dan ekstern. Sedangkan Campur kode yang akan dibahas meliputi penyisipan unsur-unsur yang berwujud: kata, kata ulang, kelompok kata, dan klausa.

Alih kode yang muncul dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung, yaitu alih kode metaforis, alih kode intern, alih

kode ekstern. Alih kode yang sering muncul dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung berupa alih kode intern, yakni beralihnya tuturan bahasa Indonesia ke bahasa Jawa dengan jumlah data sebanyak 15. Hal ini disebabkan, orang-orang yang ada dalam dialog iklan radio di Kabupaten Tulungagung mayoritas adalah penutur bahasa Indonesia yang tinggal di Jawa. Oleh sebab itu kebanyakan bahasa yang digunakan dalam dialog iklan radio di Kabupaten Tulungagung bahasa Indonesia dan bahasa Jawa untuk mempertegas maksud, kebutuhan kosa kata, mengakrabkan suasana, dan pendengar menjadi tertarik.

Deskripsi ragam informal campur kode dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung berupa : penyisipan unsur berbentuk kata, penyisipan unsur berbentuk kata ulang, penyisipan unsur berbentuk kelompok kata, dan penyisipan unsur berbentuk klausa. Campur kode yang sering muncul dalam iklan radio di Kabupaten Tulungagung, yaitu berupa penyisipan unsur berbentuk kata dengan jumlah data sebanyak 34 kata. Faktor yang melatar belakangi terjadinya campur kode karena sebagian besar masyarakat Tulungagung menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dalam kesehariannya.

Peneliti berharap pembaca memberikan saran yang bersifat membangun untuk meningkatkan isi penulisan skripsi ini. Walaupun skripsi penelitian "Alih Kode dan Campur Kode Dalam Iklan Pada Radio Di Kabupaten Tulungagung" banyak hambatan dan kekurangannya, semoga dapat bermanfaat bagi saya dan pembaca. Pembaca supaya lebih fokus dalam mendengarkan iklan di radio dengan produk yang akan diteliti. Sebab alih kode dan campur kode yang muncul dalam iklan radio ini membutuhkan kejelian dalam menganalisis kata-kata yang muncul di setiap tutur kata dialog iklan tersebut.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta

Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Chaer, Abdul dan Agustina, Leonie. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Jendra. 1991. *Dasar-dasar Sosiolinguistik.* Denpasar: Ikayana.

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kridalaksana, Harimurti. 2008.*Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Press.

Nababan, P. W. J. 2006. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Nasution, S. 2008. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.

Nurgiyantoro, Burhan. 2010. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gadjahmada University Press.

Pateda, Mansoer. 2007. *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.

Rahardi, R. Kunjana. 2015. *Kajian Sosiolinguistik.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: IKAPI.

Sumarsono dan Partana. 2004. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Suwito. 2005. *Pengantar Awal Sosiolinguistik: Teori dan Problema*. Surakarta: Henary Cipta.

Syamsudin dan Vismaia S Damaianti. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa.* Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Wijana, I Dewa Putu dan Rohmadi, Muhammad. 2012. *Sosiolinguistik Kajian Teori dan Analisis.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Mayasari, Diana (2013). Alih Kode dan Campur Kode dalam Kajian Sosiolingistik. (online). tersedia: http://dianamayasarikanaso.blogspot.co.id/p/alih-kode-dan-campur-kode-dalam-kajian.html, diunduh 10 Agustus 2016.